

MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
SERVICIUL NAȚIONAL DE EVALUARE ȘI EXAMINARE

PROGRAME
PENTRU
EXAMENUL NAȚIONAL DE BACALAUREAT
2007

PROFIL:

SERVICII

DISCIPLINE TEHNOLOGICE

proba scrisă "E"

Pentru **profilul SERVICII**, la proba “E”, candidatul poate să opteze pentru una din cele două discipline de specialitate aferente specializării, conform tabelului de mai jos:

Profil	Specializare	Finalitate	Disciplina de specialitate	
SERVICII	Economic	Tehnician în activități financiare și comerciale	Contabilitate	Economia întreprinderii
	Administrativ	Tehnician în administrația publică		
	Turism și alimentație publică	Tehnician în turism	Marketing	
		Tehnician în alimentația publică		
	Poștă	Tehnician în activități de poștă	Exploatare poștală	

NOTĂ:

Pregătirea examenului și elaborarea subiectelor se realizează în conformitate strictă cu **PROGRAMA PENTRU EXAMENUL DE BACALAUREAT**, avizată prin O.M.Ed.C. Subiectele nu vizează conținutul unui manual anume. Manualul școlar este doar unul dintre suporturile didactice utilizate de profesori și de elevi, care ajută la parcurgerea programei școlare, prin însușirea de cunoștințe și formarea de competențe.








CUPRINS

ECONOMIA ÎNTREPRINDERII	4
CONTABILITATE	7
EXPLOATARE POȘTALĂ	9
MARKETING	11

I. Statutul disciplinei

Disciplina **Economia întreprinderii** are, în cadrul Examenului de Bacalaureat, pentru anul școlar 2006 – 2007, statutul de **disciplină opțională**, putând fi aleasă **la proba "E", filiera tehnologică, la toate specializările** din cadrul profilului **Servicii**. Pentru profilul servicii, absolventul are posibilitatea de a opta pentru *una din cele două discipline reprezentative ale profilului*, în conformitate cu specializarea urmată.

II. Competențe de evaluat

-  Folosirea terminologiei de specialitate.
-  Identificarea și descrierea trăsăturilor caracteristice ale întreprinderii în raport cu evoluția economiei.
 - Clasificarea întreprinderilor și descrierea trăsăturilor caracteristice ale acestora.
 - Compararea diferitelor tipuri de întreprinderi.
 - Încadrarea unei întreprinderi conform tipologiei generale.
-  Identificarea și interpretarea relațiilor economice de bază dintre întreprindere și mediul economic extern.
 - Identificarea elementelor mediului extern al întreprinderii.
 - Descrierea și compararea acțiunii diferiților factori externi asupra activității întreprinderii.
 - Determinarea unor implicații ale relațiilor cu partenerii externi asupra activității întreprinderii.
-  Explicarea modului de organizare și funcționare a întreprinderii.
 - Identificarea sistemelor de organizare procesuală a întreprinderii și analiza efectelor acestora.
 - Descrierea funcțiilor întreprinderilor în cadrul diferitelor sisteme de organizare a întreprinderilor.
 - Identificarea sistemelor de organizare structurală și descrierea structurii organizatorice a unei întreprinderi.
 - Descrierea elementelor de bază ale unei organigrame și întocmirea organigramei unei întreprinderi mici /mijlocii.
 - Compararea diferitelor tipuri de organigrame ale întreprinderilor.
-  Luarea unor decizii cu privire la organizarea și conducerea resurselor umane dintr-o întreprindere.
 - Elaborarea unor criterii de selectare a resurselor umane și alegerea soluțiilor optime de încadrare.
 - Diferențierea atribuțiilor diferitelor categorii de personal conform fișei postului.
 - Identificarea și selectarea unor forme și modalități eficiente de motivare a (co)interesare) a personalului dintr-o întreprindere mică /mijlocie.
-  Analiza proceselor economice ale întreprinderii și elaborarea unor soluții de optimizare.
 - Identificarea și analiza unor procese economice specifice întreprinderilor.
 - Compararea proceselor economice din diferite tipuri de întreprinderi.
 - Cunoașterea importanței activității de optimizare și selectarea tehnicilor specifice.
-  Aplicarea cunoștințelor dobândite pe parcursul formării în situații, contexte noi.

III. Conținuturi (în vederea explicitării / detalierii competențelor)

1. Întreprinderea:

- Conceptul de întreprindere: definiție
- Trăsăturile caracteristice ale întreprinderii:
 - întreprinderea - unitate tehnico-productivă (caracteristici);
 - întreprinderea - unitate organizatoric-administrativă (caracteristici);
 - întreprinderea - unitate economico-socială (caracteristici);
- Clasificarea întreprinderilor în funcție de următoarele criterii:
 - forma de proprietate asupra capitalului social și al patrimoniului;
 - apartenența la una din ramurile industriale de activitate;
 - gradul de mărime;
 - gradul de specializare;
 - tipul de producție,
- Tipul de producție: definirea, clasificarea și compararea tipurilor de producție.

2. Mediul extern al întreprinderii:

- Definirea conceptului de mediu extern al întreprinderii.
- Factorii externi care influențează activitatea întreprinderii:
 - modalități de influență;
 - enumerarea și descrierea factorilor externi (economici, tehnici și tehnologici, de management, politici, socio-culturali, juridici, demografici, mediul natural și înconjurător);
 - compararea acțiunii diferiților factori externi asupra activității întreprinderii;
- Relațiile externe ale întreprinderii cu:
 - furnizorii - definire, caracterizare.
 - clienții - definire, caracterizare.
 - instituțiile bancare - definire, caracterizare.
 - societățile de asigurări - definire, caracterizare.
 - camerele de comerț și industrie - definire, caracterizare.
 - instituțiile statului - definire, caracterizare.
 - întreprinderile concurente - definire, caracterizare.
 - mass-media - definire, caracterizare.

3. Organizarea procesuală a întreprinderii:

- Definirea conceptului de "organizare procesuală".
- Obiectivele întreprinderii:
 - definirea conceptului de obiectiv,
 - tipuri de obiective (fundamental, obiectiv derivat de grad I, obiectiv derivat de gradul II, obiective specifice, obiective individuale);
- Efectele organizării procesuale a întreprinderii; conceptele de funcțiune, activitate, atribuție, sarcină: definire, caracterizare;
- Funcțiunile sistemului de organizare procesuală:
 - funcțiunea de cercetare-dezvoltare - activități, sarcini, atribuții.
 - funcțiunea de producție - activități, sarcini, atribuții.
 - funcțiunea comercială - activități, sarcini, atribuții.
 - funcțiunea de marketing - activități, sarcini, atribuții.
 - funcțiunea financiar-contabilă - activități, sarcini, atribuții.
 - funcțiunea de personal - activități, sarcini, atribuții.

4. Organizarea structurală a întreprinderii:








- Definirea conceptului de "structură organizatorică".
- Elementele de bază ale structurii organizatorice.
 - Structura funcțională (de management) și compartimentele sale:
 - postul – concept, trăsături;
 - funcția – concept, tipuri;
 - compartimentul de muncă – tipuri;
 - nivelul ierarhic: concept, piramida ierarhică;

- ponderea ierarhică: concept, mărimea ponderii ierarhice.
 - relațiile organizatorice: concept, tipuri, categorii de relații.
 - Structura operațională de producție și concepție și compartimentele sale:
 - definirea conceptului;
 - compartimentele structurii operaționale;
 - definirea conceptelor de: secția de producție, secția de bază, secția auxiliară, secția de servire, atelier, loc de muncă.
 - Tendințe actuale în organizarea structurală a întreprinderilor.
- 5. Resursele umane ale întreprinderii:**
- Categoriile de personal: structura personalului unei întreprinderi.
 - Drepturi și obligații ale personalului: clauzele contractului de muncă privind drepturile angajaților și obligațiile acestora.
 - Selecția personalului: enumerarea și descrierea etapelor recrutării personalului.
 - Promovarea personalului:
 - concept;
 - criterii de promovare;
 - modalități de promovare;
 - formarea personalului;
 - principii de evaluare a personalului.
 - cointeresarea personalului: concept.
- 6. Procesele economice:**
- Aprovizionarea și pregătirea mărfurilor:
 - concept,
 - funcții;
 - conceptul de flux tehnologic;
 - forme de organizare.
 - Depozitarea: concept, necesitate, tipuri, programarea activităților de depozitare.
 - Producția de mărfuri și servicii: definirea conceptelor de “producție de mărfuri” și “producție de servicii”.
 - Comercializarea:
 - operațiile de pregătire a mărfurilor în vederea vânzării, operații comune, operații specifice;
 - vânzarea mărfurilor cu ridicata; angrosistul, definiție, caracterizare;
 - vânzarea mărfurilor cu amănuntul; detailistul, definiție, caracterizare, tipologie;
 - magazinul – concept, forme de vânzare cu amănuntul, forme de vânzare a mărfurilor cu ridicata.
- 7. Optimizarea proceselor economice:**
- Eficiența economică: definire, efecte, modalități de determinare a eficienței economice (raportarea efectelor obținute la eforturile depuse pentru obținerea lor: raportarea eforturilor la efectele înregistrate).
 - Rentabilitatea întreprinderii: modalități de calcul, rata rentabilității.

I. Statutul disciplinei

Disciplina **Contabilitate** are, în cadrul Examenului de Bacalaureat, pentru anul școlar 2006 – 2007, statutul de **disciplină opțională**, putând fi aleasă **la proba "E", filiera tehnologică**, la **specializările: economic și administrativ** din cadrul profilului **Servicii**. Pentru profilul servicii, absolventul are posibilitatea de a opta pentru *una din cele două discipline reprezentative ale profilului*, în conformitate cu specializarea urmată.

II. Competențe de evaluat

-  Folosirea terminologiei de specialitate.
-  Utilizarea informațiilor contabile și financiare pentru luarea deciziilor în cadrul întreprinderii și instituției publice:
 - Efectuarea inventarierii unei gestiuni.
 - Stabilirea rezultatelor inventarierii.
 - Soluționarea eventualelor diferențe constând în plusuri sau minusuri.
-  Evaluarea performanței întreprinderii și instituției publice pe baza informațiilor contabile:
 - Identificarea funcțiilor bilanțului.
 - Prezentarea structurii bilanțului și a anexelor la bilanț.
 - Stabilirea indicatorilor economico-financiar și interpretarea acestora.
-  Utilizarea elementelor planului de conturi:
 - Folosirea corelațiilor planului de conturi.
 - Identificarea claselor de conturi în planul de conturi.
 - Identificarea funcției contabile a conturilor.
-  Elaborarea documentelor de sinteză și interpretarea datelor furnizate de acestea:
 - Întocmirea bilanței de verificare.
 - Verificarea corectitudinii înregistrărilor în conturi prin intermediul bilanței conturilor.
 - Identificarea tipurilor de bilanțe de verificare.
-  Aplicarea tehnicilor și procedurilor de înregistrare operativă și contabilă din patrimoniul întreprinderii și instituției publice.
-  Aplicarea cunoștințelor dobândite pe parcursul formării în situații, contexte noi.

III. Conținuturi (în vederea explicitării / detalierii competențelor)

1. Înregistrări contabile privind operațiile patrimoniale frecvente în cadrul unei societăți comerciale:

- Operații privind capitalurile proprii – capitalul social și rezervele; aplicații.
- Operații privind activele imobilizate: imobilizări necorporale și corporale; aplicații.
- Operații privind stocurile și producția în curs de execuție – contabilitatea stocurilor de mărfuri după metoda inventarului permanent; aplicații.
- Operații privind datoriile și creanțele: comerciale, salariale, sociale și fiscale ale agentului economic; aplicații.
- Operații privind trezoreria – de încasări și plăți prin conturi la bănci și casierie; aplicații.

2. Balanțele de verificare a înregistrărilor în conturi:

- Noțiuni, importanță, formă.
- Tehnica întocmirii bilanței de verificare.

3. Inventarierea patrimoniului:

- Inventarierea – procedeu al contabilității
- Etapele desfășurării inventarierii
- Stabilirea rezultatelor inventarierii






4. Bilanțul contabil:

- Importanța, rolul și funcțiile bilanțului contabil
- Structura bilanțului contabil și a anexelor

I. Statutul disciplinei

Disciplina **Exploatare poștală** are, în cadrul Examenului de Bacalaureat, pentru anul școlar 2006 – 2007, statutul de **disciplină opțională**, putând fi aleasă **la proba "E"**, filiera tehnologică, la specializarea **Poștă** din cadrul profilului **Servicii**. Pentru profilul **Servicii**, absolventul are posibilitatea de a opta pentru *una din cele două discipline reprezentative ale profilului*, în conformitate cu specializarea urmată.

II. Competențe de evaluat

-  Folosirea terminologiei de specialitate.
-  Identificarea principalelor tipuri de trimiteri poștale interne, a caracteristicilor și a simbolurilor acestora
 - Remiterea la destinație Încredințarea sumelor de bani, de persoane fizice și juridice, oficiilor poștale pentru remiterea lor la destinație.
 - Achitarea mandatelor poștale, telegrafice și on-line.
-  Aplicarea normelor de exploatare specifice serviciilor poștale interne.
 - Verificarea formularelor specifice unei activități poștale și întocmirea actelor de nereguli.
-  Efectuarea unor operațiuni specifice activității de exploatare poștală.
 - Efectuarea operațiunilor specifice trimiterilor din categoria "Obiecte de corespondență".
 - Operarea cu sistemele de distribuire a obiectelor de corespondență simplă și înregistrată.
 - Efectuarea operațiunilor specifice trimiterilor din categoria "Obiecte de mesagerii".
 - Înmânarea obiectelor de mesagerii la sediul oficiului sau domiciliul destinatarului.
 - Expedierea bunurilor de larg consum la domiciliu prin serviciile poștale.
-  Aplicarea cunoștințelor dobândite pe parcursul formării în situații, contexte noi.

III. Conținuturi (în vederea explicitării / detalierii competențelor)

1. Obiecte de corespondență - procesul de exploatare:

- Trimiteri care fac parte din categoria obiecte de corespondență:
 - definiții,
 - dimensiuni,
 - limite de greutate,
 - condiționare.
- Redactarea adresei la obiectele de corespondență:
 - reguli generale,
 - excepții.
- Indicațiile speciale și specifice aplicate la această categorie:
 - A.R.,
 - P.C.,
 - Expres,
 - Post-restant,
 - Căsuță Poștală,
 - Recomandat,
 - confirmările ulterioare.
- Prezentarea obiectelor de corespondență simplă și recomandată:
 - prezentarea bucată cu bucată;

- prezentarea în serii.
- Încheierea operațiunilor de prezentare; închiderea expediției; efectuarea schimbului de expediție;
- Primirea expediției și prelucrarea în vederea distribuirii.
- Distribuirea:
 - distribuirea corespondenței simple;
 - distribuirea corespondenței înregistrate;
 - distribuirea actelor de procedură;
 - trimiteri care nu pot fi distribuite: avizarea, reavizarea, înapoierea, reexpedierea, trimiterea la păstrare.

2. Mandate poștale și on-line - procesul de exploatare:

- Mandate poștale și on-line:
 - definiție;
 - completarea formularelor.
- Redactarea adresei la mandate, excepții de la adrese.
- Indicații generale folosite la mandatele poștale și indicații specifice folosite la mandatele on-line.
- Prezentarea mandatelor poștale și on-line - operațiuni efectuate de oficiant la prezentarea mandatelor (prezentarea bucată cu bucată; prezentarea în serii; modalități de plată la mandate.);
- Prelucrarea la sosire a mandatelor - verificarea în vederea achitării.
- Achitarea mandatelor:
 - formalități la achitare: cu numerar, cu ordin de plată, cu cont avans, cu proces verbal f.31;
 - mandate care nu pot fi achitate: avizate, reavizate, înapoiate, reexpediate, trimise la păstrare;
- Înaintarea conturilor de mandate și verificările efectuate la controlul ulterior.






3. Obiecte de mesagerie - procesul de exploatare:

- Trimiteri ce fac parte din această categorie: definiții, dimensiuni, limite de greutate, condiționare.
- Condiții de admitere la prezentarea obiectelor de mesagerie:
 - adresarea;
 - indicații specifice: voluminos, fragil, valoare, factaj, ramburs; ambalarea; legarea; sigilarea.
- Prezentarea obiectelor de mesagerie - operațiuni efectuate de oficiant la primirea unui obiect de mesagerie: colet, scrisoare cu valoare declarată (prezentarea bucată cu bucată, prezentarea în serii).
- Prelucrarea în vederea expeditiei și efectuarea schimbului de expediții. Primirea expediției la oficiu - operațiuni de primire, verificare și cartare pe locuri de muncă.
- Înmânarea obiectelor de mesagerie:
 - înmânarea coletelor cu și fără valoare declarată;
 - înmânarea scrisorilor cu valoare;
 - predarea sacilor cu corespondență, grupurilor, casetelor colectoare și C.F.R.;
 - mesagerii ce nu pot fi înmânate.

I. Statutul disciplinei

Disciplina **Marketing** are, în cadrul Examenului de Bacalaureat, pentru anul școlar 2006 – 2007, statutul de **disciplină opțională**, putând fi aleasă **la proba "E", filiera tehnologică**, la **specializările: turism și alimentație publică** din cadrul profilului **Servicii**. Pentru profilul servicii, absolventul are posibilitatea de a opta pentru *una din cele două discipline reprezentative ale profilului*, în conformitate cu specializarea urmată.

II. Competențe de evaluat

-  Folosirea terminologiei de specialitate.
-  Dezvoltarea capacității de investigare a fenomenelor economice de piață:
 - Identificarea factorilor care influențează cercetarea pieței și a concurenței de piață.
 - Analiza cerințelor unei segmentări eficiente a pieței.
 - Aplicarea metodelor de monitorizare a mediului de afaceri.
 - Determinarea cauzelor și efectelor principalelor modificări ale mediului de afaceri ale firmei.
-  Cunoașterea tipurilor de strategii de marketing și dezvoltarea acestora la nivelul întreprinderii:
 - Identificarea diferitelor modalități de organizarea a compartimentului de marketing.
 - Descrierea criteriilor de apreciere a activității specialistului în marketing turistic.
 - Analiza raportului dintre cererea și oferta de servicii turistice și identificarea factorilor care le influențează.
-  Utilizarea metodelor, tehnicilor și procedeele de marketing ca instrument al managementului întreprinderii:
 - Aprecierea atitudinii turiștilor prin diferite metode de scalare.
 - Elaborarea și efectuarea de sondaje și chestionare tipice domeniului serviciilor turistice.
 - Interpretarea rezultatelor statistice și luarea de decizii pentru îmbunătățirea ofertei turistice.
 - Elaborarea și aplicarea mix-ului de marketing specific firmelor din domeniul serviciilor turistice (produsul și formarea prețurilor, distribuția și promovarea produselor turistice).
-  Aplicarea cunoștințelor dobândite pe parcursul formării în situații, contexte noi.

III. Conținuturi (în vederea explicitării / detalierii competențelor)

1. Piața activității de turism:

- Definiția pieței turistice.
- Cererea turistică:
 - particularitățile cererii turistice;
 - determinanții cererii turistice;
 - elasticitatea cererii turistice;
 - sezonabilitatea cererii turistice;
- Oferta turistică:
 - particularitățile ofertei turistice;
 - determinanți ai ofertei turistice.
- Estimarea potențialului pieței:
 - definiția și scopul cercetării pieței;

- criteriile segmentării pieței; segmentarea după criterii: geografice, demografice, psiho-sociale (clasă socială, stil de viață), comportamentale.
- condițiile unei segmentări eficiente.

2. Instrumente ale cercetării de piață:

- Măsurarea și scalarea.
- Tipuri de scale.
- Metode de scalare:
 - diferențiala semantică,
 - scala lui Likert,
 - modelul Fishbein-Rosenberg.

3. Organizarea activității de marketing în turism:

- Organizarea compartimentului de marketing al întreprinderii turistice după diferite criterii.
- Profesiograma specialistului de marketing.

4. Mixul de marketing turistic:

- Politica de produs în turism:
 - definirea produsului turistic;
 - elementele produsului turistic;
 - clasificarea produselor turistice;
 - ciclul de viață al produselor turistice;
 - strategii privind produsele turistice.
- Politica de prețuri în turism:
 - forme de prezentare a prețurilor în turism;
 - particularitățile prețurilor și tarifelor în turism;
 - strategii și politici de prețuri în turism;
 - diferențieri de prețuri în turism.
- Politica de distribuție:
 - canalele de distribuție: caracteristici, tipologie;
 - organizarea canalelor de distribuție;
 - distribuția fizică și managementul logisticii.
- Politica de promovare:
 - definirea și obiectivele publicității;
 - structura publicității;
 - alegerea mediului publicitar;
 - promovarea vânzărilor: tipuri și modalități de promovare.