



**LICEUL TEHNOLOGIC „PETRE S. AURELIAN”
SLATINA, OLT**

RESURSĂ EDUCAȚIONALĂ DESCHISĂ

**Denumire: „CAIET DE LUCRĂRI PRACTICE
DISCIPLINE ECONOMICE CLASA A XI - A”**

**Autori: Bîzu Ramona, Ghiță Mihaela, Raicu Marina,
Stănescu Ortansa, Tăbîrcă Geanina, Urdeș Jenica**

Unitatea de învățământ: Liceul Tehnologic „Petre S. Aurelian”

**Disciplina: ADMINISTRAREA FIRMEI, MARKETING,
CONTABILITATE**

Domeniul: ECONOMIC/COMERȚ/TURISM ȘI ALIMENTAȚIE

Clasa: a XI-a

**Scopul materialului propus¹: Didactic (de utilizat la clasa/cu
elevii)**

¹ Detalii în anexa 1 la PO nr. 113/15.11.2017 privind evaluarea și selecția Resurselor educaționale deschise



**LICEUL TEHNOLOGIC „PETRE S. AURELIAN”
SLATINA, OLT**

***Bîzu Ramona, Ghiță Mihaela, Raicu Marina, Stănescu Ortansa,
Tăbîrcă Geanina, Urdeș Jenica***

CAIET DE LUCRĂRI PRACTICE

DISCIPLINE ECONOMICE CLASA a XI - a

(Aplicații, fișe de lucru, studii de caz)

Filiera: TEHNOLOGICĂ

Profil: SERVICII

Domeniul: Economic/ Comerț/ Turism și Alimentație

Slatina, 2020

Modulul I

ADMINISTRAREA FIRMEI

FIȘA DE LUCRU NR.

1. Realizați un eseu cu tema „Trăsăturile de bază ale întreprinderii”, având în vedere următoarele aspecte:

- a) definirea întreprinderii;
- b) enumerarea trăsăturilor de bază ale întreprinderii;
- c) descrierea trăsăturilor de bază ale întreprinderii.

2. SC „ART-CONF” SA este o întreprindere care se ocupă cu confecționarea de îmbrăcăminte. Aceasta are 6 asociați, persoane fizice, și un număr de 160 angajați. Analizați întreprinderea descrisă mai sus utilizând criteriile de clasificare învățate.

3. SC „UNIQ-STYLE” SRL este o întreprindere care se ocupă cu vânzarea articolelor textile. Aceasta are 2 asociați, persoane fizice, și un număr de 8 angajați. Analizați întreprinderea descrisă mai sus utilizând criteriile de clasificare învățate.

4. Precizați ce tip de întreprindere este firma voastră de exercițiu încadrând-o în criteriile de clasificare învățate.

FIȘA DE LUCRU NR. 1

Se dau următoarele elemente ce compun structura organizatorică a unei întreprinderi:

Manager general, Manager economic, A.G.A., Serviciul pregătire și urmărirea producției, Consiliul de Administrație, Secția confecții copii, Manager producție, Serviciul financiar-contabil, Depozit, Birou resurse umane, Serviciul aprovizionare - desfacere, CTC, Manager Comercial, Secția confecții femei, Secția confecții bărbați, Birou calcul salarii, Manager resurse umane, Birou protecția muncii.

Se cere:

- reprezentați grafic structura organizatorică a întreprinderii;
- precizați ce tip de întreprindere este după ramura în care funcționează și după mărime știind ca are un număr de 105 angajați.
- precizați pe ce nivel ierarhic se situează *Managerul economic* și *Biroul resurse umane*;
- exemplificați două compartimente funcționale și două operaționale;
- dați câte două exemple din fiecare tip de relații organizatorice învățate.

FIȘA DE LUCRU NR. 2

Se dau următoarele elemente ce compun structura organizatorică a unei întreprinderi:

Director general, Birou promovare-publicitate, Director economic, Depozit, Magazin 1, Magazin 2, Serviciu financiar-contabil, Birou resurse umane, Birou desfacere, Serviciu aprovizionare, Director comercial, Birou protecția muncii, Director resurse umane.

Se cere:

- reprezentați grafic structura organizatorică a întreprinderii;
- precizați ce tip de întreprindere este după ramura în care funcționează și după mărime știind ca are un număr de 56 angajați.
- precizați pe ce nivel ierarhic se situează *Directorul general* și *magazinele*;
- exemplificați două compartimente funcționale și două operaționale;
- dați exemple din fiecare tip de relații organizatorice învățate.

FIȘA DE LUCRU NR. 3

Se dau următoarele elemente ce compun structura organizatorică a unei întreprinderi:

Director general, Birou contabilitate, Șef recepție, Șef restaurant, Lenjerese-spălătorese, Bucătari, Birou personal, Director alimentație, Serviciul aprovizionare, Director cazare, Guvernanta, Serviciul întreținere-securitate, Cameriste, Ospătari-chelneri, Director resurse umane, Birou protecția muncii, Director economic, Receptioneri, Personal-hol.

Se cere:

- a) precizați ce fel de întreprindere este, după obiectul de activitate;
- b) reprezentați grafic structura organizatorică a întreprinderii;
- c) exemplificați două compartimente funcționale și două operaționale;
- d) precizați ce nivel ierarhic ocupă *Șeful de restaurant* și *Receptionerii*;
- e) dați exemple de relații ierarhice, de cooperare, de reprezentare și control.

FIȘA DE LUCRU NR. 4

Se dau următoarele elemente ce compun structura organizatorică a unei întreprinderi:

Director general, Birou oferte turistice, Birou contabilitate, Turism extern, Agenți turism, Ghizi turism intern, Director turism, Ghizi turism extern, Director vânzări, Agenți ticketing, Serviciul personal, Director resurse umane, Birou ticketing, Birou protecția muncii, Director economic, Turism intern, Birou marketing.

Se cere:

- a) precizați ce fel de întreprindere este, după obiectul de activitate;
- b) reprezentați grafic structura organizatorică a întreprinderii;
- c) exemplificați două compartimente funcționale și două operaționale;
- d) precizați ce nivel ierarhic ocupă *Biroul marketing* și *Agenți turism*;
- e) dați exemple de relații ierarhice, de cooperare, de reprezentare și control.

FIȘA DE LUCRU NR. 5

Se dau următoarele elemente ce compun structura organizatorică a unei întreprinderi:

Director general, Departament aprovizionare, Bucătari, Ospătari, Departament pregătire, Spălător vase, Picoles, Barmani, Departament food and beverage, Departament financiar-contabil, Ajutor barman, Birou contabilitate, Serviciul personal, Depozit.

Se cere:

- a) precizați ce fel de întreprindere este, după obiectul de activitate;
- b) reprezentați grafic structura organizatorică a întreprinderii;
- c) exemplificați două compartimente funcționale și două operaționale;
- d) precizați ce nivel ierarhic ocupă *Departamentul aprovizionare și Picoles*;
- e) dați exemple de relații ierarhice, de cooperare și de reprezentare.

FIȘA DE LUCRU NR. 6

1. Realizați un eseu cu tema „Relațiile organizatorice ale întreprinderii”, având în vedere următoarele aspecte:

- a) definirea relațiilor organizatorice;
- b) clasificarea relațiilor organizatorice (tipuri de relații organizatorice după conținut).

2. Pentru firma voastră de exercițiu realizați organigrama circulară și dați exemple de relații organizatorice ce se stabilesc în cadrul acesteia.

FIȘA DE LUCRU NR. 7

1. Enumerați factorii care influențează structura organizatorică a întreprinderii.

2. Pentru firma voastră de exercițiu precizați:

- a) tipul de întreprindere;
- b) mărimea firmei de exercițiu;
- c) strategia de dezvoltare pentru următorii 2 ani.

FIȘA DE LUCRU NR. 8

STUDIUL DE CAZ:

SC „Fashion Design” SRL este o întreprindere ce are ca obiect de activitate confecționarea de îmbrăcăminte. Firma are un nomenclator de fabricație de 10 produse, fabricate în serie mică, și un număr de 55 de angajați din care 10 necalificați. În anul 2019, întreprinderea a introdus în fabricație 5 modele noi. Identificați factorii care vor influența structura organizatorică a întreprinderii.

FIȘA DE LUCRU NR. 9

1. Realizați un eseu cu tema „Funcțiunile întreprinderii”, având în vedere următoarele aspecte:

- c) enumerarea funcțiilor întreprinderii;
- d) definirea și prezentarea activităților fiecărei funcțiuni în parte.

2. Prezentați principalele activități ce se desfășoară în cadrul funcțiilor întreprinderii, pentru firma voastră de exercițiu.

FIȘA DE LUCRU NR. 10

1. Prezentați principalele categorii de personal existente în cadrul unei întreprinderi.

2. Încadrați următoarele funcții: **manager general, maistru, muncitor, contabil, revizor, casier, manager comercial, magazioner, secretară, manager resurse umane, șef secție, inginer șef, electrician și asistent manager**, în funcții de conducere și funcții de execuție, completând tabelul de mai jos.

<i>Funcții de conducere</i>	<i>Funcții de execuție</i>

3. Realizați un eseu cu tema: „**Motivarea personalului**” având în vedere următoarele aspecte:

- definirea motivației;
- enumerarea principalelor categorii de motivații;
- prezentarea motivațiilor economice și profesionale.

FIȘA DE LUCRU NR. 11

1. Realizați un anunț de angajare pentru un post vacant de contabil la SC „UNICONFEX” SRL, cu sediul în Slatina, str.Crișan, nr.25. Firma are ca obiect de activitate confecționarea de îmbrăcăminte.

2. Întocmiți o scrisoare de intenție, pentru dosarul de candidatură în vederea ocupării unui post vacant de contabil la SC „UNICONFEX” SRL, întreprindere ce are ca obiect de activitate confecționarea de îmbrăcăminte. Sediul acesteia este în Slatina, str.Crișan, nr.25 și este o firmă foarte cunoscută în oraș.

FIȘA DE LUCRU NR. 12**PROIECT:****Tema:** Selecția și încadrarea personalului**Timp de lucru:** 1 săptăm.

Sarcina de lucru: Realizați un interviu de angajare, pentru un post la alegere din cadrul firmei de exercițiu, parcurgând etapele de mai jos:

- a) Elaborarea anunțului de recrutare;
- b) Primirea dosarelor de candidatură (CV și Scrisoare de intenție);
- c) Întocmirea chestionarului de angajare;
- d) Intervievarea candidaților;
- e) Adoptarea deciziei finale.

Evaluarea va fi realizată pe baza următoarei grile:

Grila de evaluare a proiectului**Grupa:**

Nr. crt.	Descriptor	Punctaj acordat	Punctaj obținut
1.	Materialele de lucru au fost corect selectate	5 pct.	
2.	Proiectul este complet (cuprinde toate cerințele cerute de profesor)	20 pct.	
3.	Respectarea etapelor de lucru prezentate de profesor	10 pct.	
4.	Înlănțuirea informațiilor și secțiunilor prezentării sunt clare și logice	15 pct.	
5.	Toți membrii echipei s-au sprijinit reciproc și au participat la realizarea proiectului	10 pct.	
6.	Sarcinile în cadrul echipei au fost distribuite în mod echitabil	10 pct.	
7.	Prezentarea s-a încadrat în timpul alocat	10 pct.	
8.	Prezentarea și argumentarea deciziei finale a fost clară și concisă	10 pct.	

Notă: Se acordă 10 pct. din oficiu.

FIȘA DE LUCRU NR. 13

PROIECT:

Tema: *Procesul de planificare și evaluare a activității*

Timp de lucru: 1 săptăm.

Sarcina de lucru: Realizați un plan de activitate al firmei de exercițiu ținând cont de structura de mai jos.

Plan de activitate al FE

Obiective:

O1 -

O2 -

O3 -

Opțiuni strategice:

Resurse:

a) **Resurse materiale:**

b) **Resurse financiare:**

c) **Resurse umane:**

d) **Resurse informaționale:**

e) **Resurse de timp:**

f) **Resurse de autoritate și putere (dacă este cazul):**

Termene:

Evaluarea va fi realizată pe baza următoarei grile:

Grila de evaluare a proiectului

Grupa:

Nr. crt.	Descriptor		Punctaj acordat	Punctaj obținut
1.	Conținut	Conținutul proiectului aduce informații semnificative și utile pentru tema aleasă	10 pct.	
		Informațiile din sunt corecte și actuale	10 pct.	
		Proiectul este complet (cuprinde toate cerințele cerute de profesor)	10 pct.	
2.	Design	Informațiile sunt ușor de citit iar spațiul este folosit într-un mod corespunzător și efectiv	10 pct.	
		Înlănțuirea informațiilor și secțiunilor prezentării sunt clare și logice	10 pct.	
3.	Prezentare orală	Prezentarea este interesantă și reușește să capteze atenția audienței	10 pct.	
		Tranziția dintre idei se face în mod gradual, logic; prezentarea s-a încadrat în timpul alocat	10 pct.	
4.	Colaborare în cadrul echipei	Toți membrii echipei s-au sprijinit reciproc și au participat la realizarea pieselor proiectului	10 pct.	
		Sarcinile în cadrul echipei au fost distribuite în mod echitabil	10 pct.	

Notă: Se acordă 10 pct. din oficiu.**FIȘA DE LUCRU NR. 14**

1. Un auditoriu bancar a selectat 10 conturi și a înregistrat sumele existente în fiecare dintre aceste conturi. Sumele sunt date în Euro: 1750, 1875, 1900, 2000, 2350, 2400, 2500, 2580, 2750, 2900. Calculați suma medie de bani existentă într-un cont.

2. Distribuția salariaților într-un magazin în funcție de numărul de zile de concediu de odihnă dintr-un an se prezintă astfel:

Zile de concediu	14	15	16	17	18	19	20
Nr. salariați	2	6	10	15	8	5	4

Se cere: să se calculeze media.

3. Sucursala „X” a unei bănci comerciale are 40 de angajați, dintre care 15 sunt femei, iar 25 bărbați. Salariul mediu al femeilor este 24300 lei, iar al bărbaților de 25700 lei. Care este salariul mediu al unui angajat al sucursalei?

FIȘA DE LUCRU NR. 15

1. O societate comercială a vândut prin cele trei magazine proprii produsul „x” astfel:

Magazin	Cantitate (buc.)		Preț unitar (u.m.)	
	Octombrie (t_0)	Noiembrie (t_1)	Octombrie (t_0)	Noiembrie (t_1)
A	520	550	100	110
B	620	580	80	85
C	840	900	120	120

Calculați indicii individuali ai valorii, cantității și prețului pentru magazinele B și C.

2. Reprezentați grafic evoluția profitului și a cifrei de afaceri în anii 2017, 2018, 2019, pentru întreprinderea „X”, cunoscând următoarele date:

- lei -

Indicatorul	2017	2018	2019
Profit brut	40.000	60.000	70.000
Cifra de afaceri	220.000	250.000	290.000

3. Reprezentați printr-o diagramă circulară segmentarea clienților pe categorii de vârstă pentru firma „X” cunoscând că ponderea deținută de aceștia se prezintă astfel:

- ✓ 20 – 35 ani – 20%;
- ✓ 35 – 50 ani – 40%;
- ✓ 50 – 65 ani – 30%;
- ✓ peste 65 ani – 10%.

FIȘA DE LUCRU NR. 16**PROIECT:****Tema:** Identitatea vizuală a firmei**Timp de lucru:** 1 săptăm.

Sarcina de lucru: Realizați elementele specifice identității vizuale a firmei voastre de exercițiu, având în vedere următoarele cerințe:

- f) Realizați sigla și sloganul firmei;
- g) Prezentați misiunea și viziunea;
- h) Întocmiți un document cu antetul firmei.

Evaluarea va fi realizată pe baza următoarei grile:

Grila de evaluare a proiectului**Grupa:**

Nr. crt.	Descriptor	Punctaj acordat	Punctaj obținut
1.	Materialele de lucru au fost corect selectate	5 pct.	
2.	Proiectul este complet (cuprinde toate cerințele cerute de profesor)	20 pct.	
3.	Respectarea etapelor de lucru prezentate de profesor	10 pct.	
4.	Înlănțuirea informațiilor și secțiunilor prezentării sunt clare și logice	15 pct.	
5.	Toți membrii echipei s-au sprijinit reciproc și au participat la realizarea proiectului	10 pct.	
6.	Sarcinile în cadrul echipei au fost distribuite în mod echitabil	5 pct.	
7.	Prezentarea s-a încadrat în timpul alocat	10 pct.	
8.	Prezentarea și argumentarea soluțiilor propuse	15 pct.	

Notă: Se acordă 10 pct. din oficiu.

Modulul II

MARKETING

FIȘA DE LUCRU NR. 17

1. Firma „Beta” SRL își propune pentru anul 2020 următoarele obiective:

- realizarea unei cifre de afaceri de 50.000 € în paralel cu majorarea cotei de piață cu 10%;
- crearea unei imagini favorabile printr-o publicitate susținută în mass-media;
- fidelizarea clienților prin servicii suplimentare gratuite;
- elaborarea de cercetări de piață pe bază chestionar în scopul investigării nevoilor clienților și o mai bună satisfacere a acestora.

Identificați obiectivele economice și obiectivele psihologice ale firmei.

2. Comentați următoarea afirmație: „Satisfacerea în condiții superioare a nevoilor de consum ale clienților reprezintă un obiectiv al activității de marketing dar și un mijloc prin care se realizează obținerea profitului.”

FIȘA DE LUCRU NR. 18

1. Exemplificați în cazul firmei de exercițiu principalele obiective economice și respectiv, obiective psihologice ale activității sale de marketing.

2. Realizați un mini proiect al firmei voastre de exercițiu cu următoarea structură:

- a) prezentarea rolului marketingului în activitatea firmei;
- b) identificarea funcțiilor marketingului în activitatea firmei;
- c) domeniul de specializare a marketingului în care se desfășoară activitatea firmei.

3. Marketingul s-a extins în tot mai multe organizații care nu urmăresc obținerea de profit. Care credeți ca ar fi cauzele acestei tendințe? Argumentați.

FIȘA DE LUCRU NR.19

1. În ce domeniu de specializare a marketingului se încadrează activitățile de marketing desfășurate de următoarele organizații:

- a. ARCTIC SA;
- b. TAROM SA;
- c. BCR;
- d. Comitetul Olimpic Român;
- e. Primăria Slatina.

2. Realizați un eseu având ca temă: „Marketingul serviciilor reprezintă cea mai dinamică specializare a marketingului din domeniu economic.”

3. Efectuați analiza comparativă între marketingul bunurilor de consum și marketingul serviciilor. Scoateți în evidență asemănările și deosebirile dintre ele.

FIȘA DE LUCRU NR. 20

STUDIUL DE CAZ:

Agencia de turism TRAVEL STAR SRL și-a propus pentru anul 2019, majorarea cifrei de afaceri de la 70.000 lei la 85.000 lei pe o piață totală de 100.000 lei, concomitent cu o creștere a profitului de 5%, comparativ cu anul precedent. Pentru realizarea acestor obiective, agenția a efectuat un studiu de piață în vederea investigării cerințelor turiștilor, iar ca rezultat, va lansa pe piață un nou produs turistic. Pentru aceasta turiștilor fideli li se vor acorda reduceri de 10%. În același timp agenția a organizat cursuri pentru angajații săi și a reconsiderat relațiile cu parteneri săi în vederea unei mai bune colaborări.

Cerințe:

- a) Precizați în ce domeniu al marketingului se încadrează activitatea firmei.
- b) Identificați obiectivele activității firmei.
- c) Calculați valoarea creșterii cifrei de afaceri și cota de piață.
- d) Identificați funcțiile de marketing ale firmei.

FIȘA DE LUCRU NR. 21

1. Calculați cota de piață pentru o întreprindere care are un volum al vânzărilor de 100.000 lei iar volumul total al pieței este de 100.000.000.

2. Cota de piață a firmei X a fost în anul 2016 de 20%, iar al principalului său concurent de 35%. Calculați cota relativ de piață a firmei X în anul 2016.

3. Firma X realizează în perioada de bază un volum al vânzărilor de 1000 lei pe o piață totală de 110.000 lei. În perioada curentă vânzările cunosc o creștere de până la 1500 lei, în condițiile în care volumul vânzărilor totale crește cu 7%.

Să se determine cota de piață a firmei X în perioada curentă și în perioada de bază.

FIȘA DE LUCRU NR. 22

Firma Afla SRL a realizat în perioada de bază un volum al vânzărilor de 4300 de lei pe o piață totală de 40.000 lei. În perioada curentă vânzările au crescut la 5500 lei, în condițiile în care volumul vânzărilor totale a crescut cu 2%.

Firmele concurente Beta SRL și Gama SRL au realizat în perioada de bază un volum al vânzărilor de 3000 lei, respectiv 4500 lei în condițiile în care volumul vânzărilor totale a rămas neschimbat.

În perioada curentă volumul vânzărilor firmelor Beta și Gama a fost de 3500 lei, respectiv 5000 lei, volumul vânzărilor totale fiind cu 3% mai mare decât cel din perioada de bază.

Determinați:

- a) Cotele de piață pentru cele 3 firme.
- b) Cotele relative de piață pentru cele 3 firme în cele două perioade de timp.

FIȘA DE LUCRU NR. 23

1. Produsul X, realizat de întreprinderea Y, a fost consumat în perioada de bază de 5 milioane de persoane, înregistrându-se un consum mediu pe persoană de 15 Kg și se estimează ca va fi consumat în perioada curentă de 7 milioane de persoane, înregistrându-se un consum mediu de persoană de 18 Kg.

Să se calculeze:

- a) Piața actuală și potențială a produsului X.
- b) Să se determine căile de dezvoltare a pieței pentru produsul X.

2. Faceți distincție între nonconsumatorii absoluți și nonconsumatorii relativi în cazul pieței produselor de parfumerie.

3. Calculați vânzările atrase de localitățile A și B dintr-o localitate intermediară M, situată la o distanță de 31 de Km față de A și 67 de Km de B, cunoscând că populația localității A este de 4200 de locuitori, iar a localității B este de 7200 de locuitori.

FIȘA DE LUCRU NR. 24

1. Identificați concurenții direcți și indirecti ai firmei voastre de exercițiu.

2. Care este diferența dintre concurența directă și concurența indirectă?

3. Comentați următoarea afirmație: „*Concurența indirectă poate fi uneori mai amenințătoare pentru întreprindere decât cea directă.*”

4. Realizați un eseu având temă: „*Analiza SWOT*” și importanța ei în strategia firmei, după următoarea structură:

- a) definirea conceptului de analiză SWOT;
- b) prezentarea componentelor analizei SWOT;
- c) identificarea a 5 atribute din fiecare element component al analizei SWOT.

FIȘA DE LUCRU NR. 25***Pentru firma Lacto SRL se cunosc următoarele informații:***

SC Lacto SRL are ca obiect de activitate producția de produse lactate. Fiind o firmă ce dispune de infrastructură, aceasta dorește să pătrundă pe noi piețe prin extinderea liniei de produse. SC Lacto SRL prezintă următoarele aspecte: asigură transportul gratuit către magazinele de profil, comenzile sunt onorate zilnic, prețurile sunt mici, imaginea pe piață este slabă, personalul este calificat, nivelul productivității este scăzut.

Principalul concurent al SC Lacto SRL este SC Good Milk SRL ce își face publicitate prin toate canalele media din țară și realizează cercetări în vederea introducerii în gama de produse a unor noi produse, creșterea pieței fiind lentă.

Vânzările totale în anul 2019 pe piața totală au fost de 235 mil lei din care firma Lacto 53 mil lei, iar Good Milk 42 mil lei.

Cerințe:

- Realizați analiza SWOT completând tabelul de mai jos.
- Calculați cota de piață pentru cele două firme și interpretați rezultatul.

Analiza SWOT

<i>Puncte tari</i>	<i>Puncte slabe</i>
<i>Oportunități</i>	<i>Amenințări</i>

FIȘA DE LUCRU NR. 26

1. Identificați avantajele și dezavantajele următoarelor metode de culegere a informațiilor completând următorul tabel:

<i>Metodă de culegere a informațiilor</i>	<i>Avantaje</i>	<i>Dezavantaje</i>
<i>Cercetarea personală</i>		
<i>Cercetarea prin telefon</i>		
<i>Cercetarea prin poștă</i>		
<i>Cercetarea prin internet</i>		

2. Ce reprezintă acronimul SMART?

FIȘA DE LUCRU NR. 27

1. Cercetarea pieței reprezintă baza afacerilor profitabile pe care întreprinderea le demarează în țară și străinătate. Realizați un eseu în care să respectați următoarea structură:

- definirea cercetărilor de marketing;
- tipologia cercetărilor de marketing;
- enumerarea și prezentarea etapelor cercetărilor de marketing.

2. Cercetarea de marketing se face fie prin forțe proprii, fie prin institute specializate. Prezentați avantajele și dezavantajele fiecărei variante.

3. Care sunt domeniile care pot face obiectul cercetării de marketing?

FIȘA DE LUCRU NR. 28

1. Efectuați diferențele dintre cercetarea cantitativă și cea calitativă.
2. Magazinul Kaufland vrea să cunoască opinia clienților cu privire la modul de prezentare și etalare a mărfurilor utilizând observare ca metodă de cercetare directă.
Cum s-ar desfășura o astfel de cercetare?
Ce altă metodă de cercetare propuneți?
3. Proiectați și realizați o cercetare cantitativă având ca temă: „Petreizarea timpului liber a elevilor din liceul vostru.”

FIȘA DE LUCRU NR. 29

1. Să se stabilească mărimea eșantionului pentru o cercetare cantitativă în care se urmărește garantarea rezultatelor cu o probabilitate de 98% și o eroare de 3% .
2. Care este mărimea eșantionului calculat cu o limită de eroare de 4% și $t=2$?
3. Care este dimensiunea eșantionului ce va fi utilizat într-o cercetare selectivă, în condițiile în care posibilitatea de garantare a rezultatelor este de 95%, $t=1,96$ și eroarea limită este de 4%?

FIȘA DE LUCRU NR. 30

1. Folosind scala lui Likert studiați imaginea liceului vostru în rândul colegilor voștri de clasă. Elaborati 4 afirmații, colectați informațiile și interpretați rezultatele.

2. O anchetă realizată pe un eșantion de 400 pers. a cerut subiecților intervievați să repartizeze 100 de puncte celor 3 atribute (gust, aromă și preț) în decizia de cumpărare a cafelei Jacobs. Rezultatele sunt prezentate în tabelul de mai jos:

<i>Număr pers.</i>	<i>Gust</i>	<i>Aromă</i>	<i>Preț</i>
105	30	50	50
113	30	30	30
110	20	30	30
72	35	35	35

Care este ordinea importanței celor 3 atribute?

FIȘA DE LUCRU NR. 31

1. Să se analizeze opinia clienților supermarketului Profi, cunoscându-se răspunsurile date de către aceștia în cadrul unei cercetări selective.

2. Pe o scală de la +5 la -5 cum evaluați următoarele caracteristici ale ofertei noastre:

+5 +4 +3 +2 +1 calitate -1 -2 -3 -4 -5

+5 +4 +3 +2 +1 diversitate -1 -2 -3 -4 -5

+5 +4 +3 +2 +1 raportul calitate/preț -1 -2 -3 -4 -5

3. Datele centralizate referitoare la opinia consumatorilor despre calitatea serviciilor oferite de un magazin care comercializează produse electrocasnice au fost cele de mai jos.

Care este scorul mediu la nivelul întregului eșantion și cum poate fi caracterizată opinia globală?

<i>Foarte favorabil</i>	<i>Favorabil</i>	<i>Nici-Nici</i>	<i>Nefavorabil</i>	<i>Foarte nefavorabil</i>
270	455	130	100	35

FIȘA DE LUCRU NR.32

1. Comentați afirmația: „Prescriptorii pot asigura succesul dar și insuccesul unei firme”.

2. Se dau următoarele elemente ale mediului extern al întreprinderii:

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| a) Mediul politic; | f) Mediul economic; |
| b) Concurenții; | g) Clienții; |
| c) Mediul cultural; | h) Furnizorii; |
| d) Mediul demografic; | i) Mediul natural; |
| e) Intermediarii; | j) Organisme publice. |
| f) | |

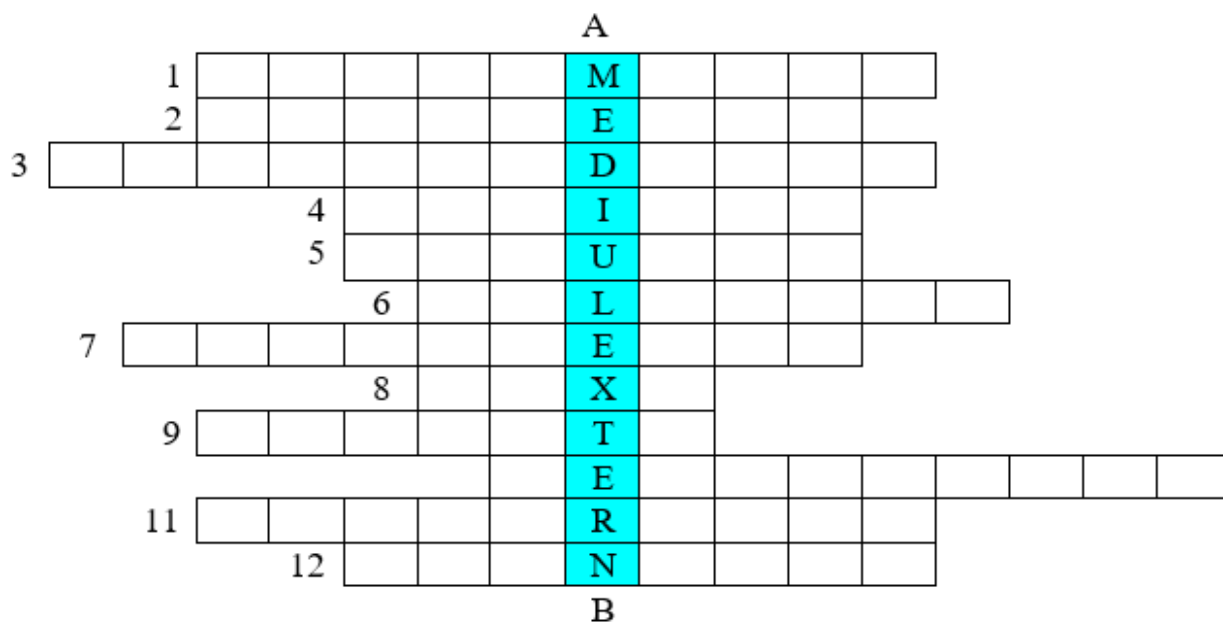
Grupați elementele de mai sus completând următorul tabel:

<i>Micromediul întreprinderii</i>	<i>Macromediul întreprinderii</i>

3. Realizați un eseu având ca temă: „*Mediul cultural și influența sa asupra afacerilor agentului economic.*”

FIȘA DE LUCRU NR. 33

Rezolvați următorul aritmogrif:



1. Parte a mediului extern care afectează în direct activitatea întreprinderii;
2. Factorii care influențează direct activitatea întreprinderii;
3. Agent economic care ajută întreprinderea sa-și vândă produsele către consumatorii finali;
4. Mediul care se referă la sistemul politic și forma de guvernare;
5. Mediul care are în vedere condițiile și resursele naturale pe o piață;
6. Totalitatea factorilor care vizează sistemul de valori, obiceiuri, credințe, care influențează comportamentul indivizilor;
7. Alte întreprinderi care oferă aceleași produse sau produse similare clienților;
8. Componentă a mediului economic care reprezintă o obligație bănească pe care trebuie să le achite persoanele fizice și juridice către stat;
9. Cea mai importantă componentă a micromediului;
10. Mediul format din populație creatoare de bunuri și servicii și consumatoare a acestora;
11. Ansamblu cunoștințelor tehnice acumulate de societate de-a lungul timpului;
12. Mediul alcătuit din factori de natură economică cu care întreprinderea interacționează.

FIȘA DE LUCRU NR. 34

1. Care este deosebirea între viziunea și misiunea firmei? Exemplificați misiunea și viziunea unor întreprinderi de prestigiu din România.
2. Identificați obiectivul strategiei de piață pentru firma voastră de exercițiu.
3. Completați tabelul următor cu factori exogeni și endogeni pe care se bazează fundamentarea strategiei de piață.

Factori exogeni	Factori endogeni

FIȘA DE LUCRU NR. 35

1. Definiți politica de marketing, strategia de marketing și tactica de marketing. Explicați ce relație este între ele.
2. Completați tabelul următor cu tipurile de strategii în raport de poziția față de elementele evoluției pieței.

Tipologia strategiilor	Alternative strategice
<i>Strategii în funcție de dinamica pieței</i>	
<i>Strategii în funcție de structura pieței</i>	
<i>Strategii în funcție de schimbările pieței</i>	
<i>Strategii în funcție de nivelul concurenței</i>	

FIȘA DE LUCRU NR. 36

STUDIU DE CAZ:

Coca-Cola Company își dorește să rămână lider incontestabil în industria producătoare de băuturi răcoritoare prin autenticitate, pasiune, rapiditate și grija față de consumatori dorind un parteneriat cu aceștia. Coca-Cola reprezintă un simbol fără vârstă al băuturilor răcoritoare de calitate.

Viziunea companiei se conturează pe cinci direcții principale: oamenii, planeta, profitul, partenerii și valorile companiei.

Societatea Coca-Cola HBC Romania comercializează o întreagă gamă de produse răcoritoare de cea mai bună calitate dar și ape minerale, ceaiuri sau băuturi energizante într-o gamă tot mai diversificată de ambalaje.

Fiecare categorie de produse are propria viziune în ceea ce privește abordarea pieței. Toate beneficiază de o strategie internațională de branding și de o poziționare locală foarte bună.

Coca-Cola Company a dezvoltat o nouă strategie globală de marketing, „one brand” extinzând valorile globale, sub brandul de băuturi răcoritoare numărul 1 din lume.

Coca-Cola a creat o strategie internațională adaptându-se la comunitatea locală, susținând diferite proiecte comunitare în toată lumea.

Cerințe:

- a) Identificați misiunea și viziunea firmei Coca-Cola.
- b) Folosind tipologia strategiilor de piață, precizați pentru ce alternative optează firma Coca-Cola. Motivați opțiunile voastre.

Evaluarea va fi realizată pe baza următoarei grile:

GRILĂ DE EVALUARE

ELEVI(GRUPA:)

CLASA:

DATA:

Indicatori de apreciere a performanței	Punctaj		Observații
	Maxim	Acordat	
1.Selectarea materialelor de lucru, foi de flipchart, markere pentru prezentarea soluțiilor	5 pct.		
2.Studierea în mod independent și în echipă a textului	5 pct.		
3.Respectarea etapelor de lucru prezentate de profesor	5 pct.		
4.Identificarea misiunii și viziunii firmei	20 pct.		
5.Precizarea tipologiei strategiilor de piață	20 pct.		
6.Alegerea strategiei/strategiilor de piață adoptate de firmă	15 pct.		
7.Colaborarea cu membrii echipei	5 pct.		
8.Folosirea corectă a limbajului de specialitate	5 pct.		
9.Prezentarea și argumentarea soluțiilor propuse	10 pct.		
TOTAL:	100 pct.		
<i>Se acordă 10p din oficiu</i>			

FIȘA DE LUCRU NR. 37

PROIECT:

Realizați un proiect având ca temă: „Oportunitățile de marketing ale FE”

Structura proiectului:

- identificarea componentelor micromediului firmei;
- identificarea elementelor de macromediu care influențează activitatea firmei;
- elaborarea și fundamentarea strategiilor de marketing pentru atingerea obiectivelor firmei.

Timp de lucru: 2 săptămâni

GRILĂ DE EVALUARE

Nume elev(echipă):

Nume evaluator:

URÎ.8. Evaluarea oportunităților de marketing

Rezultate ale învățării (codificate conform SPP)

Cunoștințe: 8.1.12, 8.1.13, 8.1.14

Abilități: 8.2.14, 8.2.15

Atitudini: 8.3.5

Cerințe		Rezultatul evaluării (Da sau Nu)	Observații
Analiza mediului de marketing	a) micromediu		
	b) macromediu		
Elaborarea și fundamentarea strategiei de marketing	a) identificarea factorilor exogeni și endogeni care fundamentează strategia de piață		
	b) stabilirea strategiilor de piață în funcție de evoluția pieței: - dinamica pieței - structura pieței - schimbările pieței - exigențele pieței - nivelul concurenței		

Modulul III

CONTABILITATE

FIȘA DE LUCRU NR. 38

I. Alegeți varianta corectă:

a) Ce semnifică formula contabilă $456 = 1011$

- | | |
|---|---|
| 1. Acoperirea pierderilor precedente de capital | 3. Regularizarea capitalului social |
| 2. Subscrierea capitalului social | 4. Utilizarea primelor de capital pentru mărirea capitalului social |

b) Cu ocazia înființării unei societăți comerciale, aducerea ca aport la capitalul social a unui utilaj în valoare de 15.000 lei se înregistrează în contabilitate astfel:

- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| 1. $456 = 2131$ 15.000 | 3. $1012 = 2131$ 15.000 |
| 2. $2131 = 1012$ 15.000 | 4. $2131 = 453$ 15.000 |

c) Retragerea de către asociați a sumelor aduse ca aport generează una din înregistrări:

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| 1. $1012 = 56$ 2.000 | 3. $1012 = 462$ 2.000 |
| $456 = 5311$ 2.000 | $462 = 5311$ 2.000 |
| 2. $1011 = 456$ 2.000 | 4. $1061 = 456$ 2.000 |
| $456 = 5311$ 2.000 | $456 = 5311$ 2.000 |

d) Care este valoarea contabilă a unei acțiuni știind că:

Capital social = 200.000 Rezerve = 64.000 Nr. de acțiuni = 1.000

- | | |
|--------|--------|
| a) 200 | c) 136 |
| b) 264 | d) 64 |

II. Definiți capitalurile proprii și arătați structura acestora.

III. Stabiliți corelația dintre explicațiile operațiilor economice și formulele contabile:

<i>Formula contabilă</i>	<i>Explicații</i>
1. $5311 = 456$	A. Regularizarea capitalului social
2. $456 = 5311$	B. Aducerea de numerar ca aport la capital
3. $1011 = 1012$	C. Restituirea aportului în numerar
4. $129 = 1061$	D. Constituirea rezervei legale

FIȘA DE LUCRU NR. 39

La SC „FLAVI” SA se desfășoară următoarele evenimente și tranzacții pe parcursul lunii martie 2019:

1. Se subscriu 50.000 acțiuni cu valoare nominală 1 lei/acțiune, conform actului constitutiv.
2. Se realizează aport la capital o construcție în valoare de 25.000, materii prime în valoare de 5.000 lei, iar diferența de 20.000 de acțiuni se depune la bancă.
3. Concomitent se înregistrează transferul de capital pentru aportul realizat anterior.
4. Se decide prin hotărârea AGA o majorarea a capitalului prin emisiunea a 5.000 acțiuni cu valoare nominală de 1 lei. Valoarea nominală a unei acțiuni este de 0,8 lei.
5. Capitalul subscris este vărsat la bancă de către acționari.
6. Concomitent se înregistrează transferul de capital pentru depunere anterior.
7. Se retrage din societate, pe baza cererii, un acționar a cărui aport în bani este de 10.000 lei.
8. Se restituie valoarea aportului din contul curent de la bancă.

Cerințe:

- a) Realizarea analizei contabile și întocmirea formulelor contabile specificând atât simbolul cât și denumirea conturilor pentru fiecare operație.
- b) Să se efectueze înregistrarea în conturi (forma T) pentru care să se calculeze toate elementele conturilor: solduri, rulaje și total sume.

FIȘA DE LUCRU NR. 40

Societatea comercială „CRISS” SA, are ca obiect de activitate comercializarea mărfurilor en-gross și prezintă, la sfârșitul lunii IANUARIE 2019, următoarea situație economico-financiară:

Solduri inițiale:

- cont 401 = 10.000
- cont 2131 = 40.000
- cont 2813 = 10.000
- cont 1091 = 20.000
- cont 404 = 30.000
- cont 5121 = 100.000
- cont 1012 = 110.000
- cont 302 = 10.000
- cont 1621 = 10.000

În cursul lunii FEBRUARIE 2019 au avut loc următoarele operații evenimente și tranzacții consemnate în documentele justificative:

1. Conform Ordinului de plată nr. 56/2.02.2019 se răscumpără 500 de acțiuni la prețul de răscumpărare de 9 lei/acțiune, valoarea nominală a unei acțiuni fiind de 10 lei/acțiune. Acțiunile răscumpărate se anulează, conform notei de contabilitate nr. 1/2.02.2016;
2. Conform Procesului verbal de recepție nr.25 din 5.02.2019, se înregistrează obținerea unui utilaj din producție proprie, în valoare de 20.000 lei;
3. Conform Notei contabile nr. 2/6.02.2019, se constituie un provizion pentru litigii în sumă de 5.000 lei;
4. Conform Facturii fiscale nr. 03245/10.02.2019, se achiziționează materiale de natura obiectelor de inventar în valoare de 4.000 lei, TVA 19%;
5. În baza Bonului de consum nr. 50/11.02.2019, materiale de natura obiectelor de inventar, achiziționate conform facturii fiscale, se dau în consum integral;
6. Se achită contravaloarea facturii fiscale nr. 03245/10.02.2019, cu ordinul de plată nr. 257/12.02.2019;
7. Societatea achiziționează un computer în valoare de 6.000 lei, TVA 19%; durata normată de funcționare 5 ani, se amortizează liniar;

8. La data de 26.02.2019 se contractează un credit bancar pe termen lung în valoare de 15.000 lei;
9. La data de 28.02.2019 se înregistrează și se achită dobânda la creditul bancar pe termen lung în valoare de 1.500 lei.
10. La data de 29.02.2019, se vinde un utilaj comercial, preț de vânzare negociat 30.000 lei, TVA 19% conform facturii nr. 134; valoare contabilă 25.000 lei, amortizare înregistrată 8.000 lei.

Se cere:

- 1) Să se efectueze analiza contabilă și să se întocmească formulele contabile pentru operațiile economico – financiare;
- 2) Să se efectueze regularizarea TVA la sfârșitul lunii februarie;
- 3) Să se închidă conturile de venituri și cheltuieli, aferente lunii februarie și să se stabilească rezultatul activității.

FIȘA DE LUCRU NR. 41

Agentul economic „IOANA” SA, are ca obiect de activitate comercializarea mărfurilor și prezintă, la începutul lunii IANUARIE 2019, următoarea situație economico-financiară:

Solduri inițiale:

- cont 401 = 10.000
- cont 2131 = 40.000
- cont 2813 = 10.000
- cont 1091 = 20.000
- cont 404 = 30.000
- cont 5121 = 100.000
- cont 1012 = 110.000
- cont 371 = 10.000
- cont 1621 = 10.000

Agentul economic IOANA S.R.L înregistrează în cursul lunii ianuarie 2019 următoarele evenimente și tranzacții:

1. 6.01.2019 - Se majorează capitalul social prin emisiunea a 10.000 de acțiuni cu valoarea de emisiune de 1,50 lei/acțiune pe baza prospectului de emisiune. Valoarea nominală a unei acțiuni este de 1,00 lei pe acțiune.
2. 7.01.2019 - Capitalul subscris este vărsat la bancă de acționari pe baza extrasului de cont nr.10/9.01.2019 și concomitent se înregistrează transferul de capital.
3. 12.01.2019 - Se înregistrează încasarea de la banca a sumei de 60.000 lei reprezentând un credit bancar pe o durată de 4 ani pe baza extrasului de cont nr. 18/12.01.2019.
4. 20.01.2019 - Se achiziționează de la furnizorul ALFA SRL un utilaj la preț de cumpărare de 60.000 lei, T.V.A deductibilă 19% pe baza facturii fiscale nr.157/20.01.2019.
5. 30.01.2019 - Se înregistrează amortizarea lunară aferentă utilajului cunoscând durata normală de funcționare 10 ani pe baza situației de calcul. De asemenea se închide contul de cheltuieli.

Cerințe:

- a) Să se întocmească analiza contabilă pe scurt și formulele contabile corespunzătoare evenimentelor și tranzacțiilor.
- b) Efectuați înregistrările în conturi aferente evenimentelor și tranzacțiilor derulate în luna ianuarie (*înregistrarea sistematică*).

FIȘA DE LUCRU NR. 42**I. Alegeți varianta corectă:**

- a. Ce semnifică formula contabilă 211 = 456?
1. Aportul în natură la capitalul social;
 2. Achiziția unui teren;
 3. Vânzarea terenului;
 4. Primirea prin donație a unui teren.
- b. Care este semnificația formulei contabile: 2801 = 201?
1. plata unor cheltuieli de constituire;
 2. amortizarea cheltuielilor de constituire;
 3. înregistrarea cheltuielilor de constituire;
 4. scoaterea din gestiune a cheltuielilor de constituire.
- c. Recepția unei lucrări de modernizare la un utilaj cu efort propriu la costul de producție de 2.000 lei se înregistrează cu formula:
1. 2131 = 401 2.000
 2. 2131 = 131 2.000
 3. 2131 = 7583 2.000
 4. 2131 = 722 2.000
- d. În cadrul imobilizărilor corporale intră:
1. terenurile;
 2. mijloacele bănești;
 3. investițiile financiare;
 4. activele cedate.

II. Asociați operațiile economice cu formulele contabile, stabilind corespondențe corecte:

<i>Formula contabilă</i>	<i>Operație economică</i>
a. 6583 = 208	1. Donarea unui program informatic
b. 2111 = 131	2. Vânzarea unei licențe
c. 6811 = 2814	3. Anularea provizionului pentru depreciere
d. 6582 = 208	4. Înregistrarea amortizării mobilierului
e. 461 = % 7583 4427	5. Primirea prin donație a unui teren

III. Răspundeți la următoarele întrebări:

1. Ce sunt activele imobilizate și care sunt trăsăturile acestora?

2. Pentru ce categorii de imobilizări se calculează amortizarea?
3. Ce sunt imobilizările necorporale și care este structura acestora?
4. Cum se definesc și care este structura imobilizărilor corporale?

FIȘA DE LUCRU NR. 43

La SC „IANI” SRL se desfășoară următoarele evenimente și tranzacții pe parcursul lunii martie 2019:

1. La data de 11.05.2019 se achiziționează un teren valoare facturată de furnizor 50.000 lei, TVA 19%.
2. La data de 18.05.2019 se achită, prin virament bancar, (cf. OP și Extras de cont) datoria față de furnizorul terenului.
3. O firmă de specialitate efectuează pe terenul achiziționat (în perioada martie-iunie) lucrări de desecare în valoare de 4.800 lei, TVA 19% (cf. Factura din data de 18.06.2019).
4. Recepția lucrării are loc în aceeași zi (cf. Proces verbal de recepție).
5. Durata de utilizare este stabilită la 4 ani, metoda de amortizare utilizată fiind cea liniară.
6. După: a) 4 ani – amenajarea se scoate din evidență;
b) 3 ani – de utilizare terenul și amenajarea sunt vândute, preț vânzare: 60.000 lei, TVA 19% (cf. Factură).

Cerințe:

- a) Să se întocmească analiza contabilă pe scurt și formulele contabile corespunzătoare evenimentelor și tranzacțiilor;
- b) Efectuați înregistrările în conturi aferente evenimentelor și tranzacțiilor derulate în luna ianuarie (înregistrarea sistematică).

FIȘA DE LUCRU NR. 44

Contabilitatea decontărilor pe baza instrumentelor de plată la termen

Societatea comercială Alfa achiziționează de la societatea Beta mărfuri în valoare de 100.000 lei, TVA 19%. În baza disponibilului din cont banca eliberează societății Alfa un carnet de cec-uri.

Pentru mărfurile achiziționate societatea Alfa completează și eliberează o filă cec în sumă de 119.000 lei.

Societatea Beta în calitate de beneficiar, prezintă băncii (tras) cecul completat și semnat de către societatea Alfa (trăgător).

Banca procedează la decontarea sumei indicate de fila de cec.

Inregistrați în contabilitate următoarele operațiuni:

a) La societatea Beta:

- livrarea și facturarea mărfurilor;
- primirea cecului;
- încasarea cecului.

b) La societatea Alfa:

- intrarea în gestiune a mărfurilor;
- achitarea facturii prin decontarea cecului.

FIȘA DE LUCRU NR. 45

Contabilitatea decontărilor pe baza instrumentelor de plată la termen

SC Marcus SRL livrează societății FEERIA SRL produse finite în valoare de 20.000 lei, TVA 19%. Produsele finite sunt utilizate de cumpărător ca materie primă în procesul de producție. Costul produselor finite livrate este 18.000 lei.

Societatea Marcus SRL datorează unei terțe societăți Columna SRL suma de 30.000 lei. Societatea Marcus, în calitate de trăgător va emite o cambie ce urmează a fi platită de către societatea Feeria SRL, în calitate de tras, societății Columna indicate în cambie drept beneficiar.

Cambia este prezentată trasului spre acceptare, iar societatea Columna remite băncii cambia spre a fi platită la scadență.

Înregistrați în contabilitate următoarele operațiuni:

a) La SC MARCUS SRL:

- livrarea și facturarea produselor finite;
- emiterea cambiei acceptată de tras;
- decontarea cambiei la scadență;
- scăderea din evidență a produselor finite livrate.

b) La SC FEERIA SRL:

- intrarea în gestiune a bunurilor sub forma materiilor prime;
- acceptarea cambiei;
- plata cambiei.

Contabilitatea decontărilor pe baza instrumentelor de plată la termen

Societatea FARM SRL livrează societății BUNY SRL animale de producție proprie la un preț de facturare de 10.000 lei cu TVA 19%. Costul animalelor vândute este de 9.000 lei.

Cumpărătorul SC BUNY SRL emite un bilet la ordin în favoarea vânzătorului SC FARM SRL.

SC FARM SRL, în calitate de beneficiar, transmite biletul la ordin la plata trasului, SC BUNY SRL. La scadență se decontează prin virament bancar biletul la ordin.

Înregistrați în contabilitate:

a) La SC FARM SRL:

- livrarea și facturarea animalelor;
- scăderea din gestiune a animalelor vândute;
- înregistrarea efectului comercial emis;
- decontarea biletului la ordin de către emitent.

b) La SC BUNY SRL:

- intrarea în evidență a animalelor;
- emiterea biletului la ordin;
- decontarea biletului la ordin la scadență.

FIȘA DE LUCRU NR. 47

Contabilitatea decontărilor pe baza instrumentelor de plată la termen

Se exportă mărfuri în valoare de 10.000 \$, la un curs valutar de 3,16 lei/\$. Costul de achiziție al mărfurilor este de 25.000 lei. Clientul extern emite un efect de comerț, cursul valutar la data acceptării efectului de comerț fiind de 3 lei/\$.

Se depune efectul comercial la bancă spre a fi încasat la scadență. Cursul dolarului la data primirii și decontării efectului de comerț este de 2,80 lei/\$.

Înregistrați în contabilitate:

- livrarea și facturarea mărfurilor;
- descărcarea gestiunii de mărfuri;
- acceptarea efectului de comerț;
- primirea efectului de comerț;
- încasarea efectului de comerț.

Contabilitatea reducerilor de preț

1. Se livrează mărfuri la preț de livrare conform facturii de 50.000 lei, TVA 19%,. Pentru defecte de calitate se acordă clientului conform contractului un rabat de 10%, iar pentru volumul vânzărilor o remiză de 5%. Reducerile se acordă la livrarea și facturarea mărfurilor.

Înregistrați operațiile atât în contabilitatea clientului cât și în contabilitatea furnizorilor.

2. Se livrează în cursul anului mărfuri pe bază de factură la preț de livrare de 10.000 lei, TVA 19%. La sfârșitul anului pe baza volumului total al vânzărilor și în conformitate cu contractul încheiat se acordă clientului o reducere comercială sub formă de risturn de 5% asupra volumului total al vânzărilor. La sfârșitul anului mărfurile pentru care s-a acordat reducerea se află în stoc.

Înregistrați în contabilitatea furnizorului, dar și a clientului operațiunile contabile.

3. Se livrează mărfuri pe bază de factură în sumă de 200.000 lei cu TVA 9%. Furnizorul acordă reduceri comerciale de 3% și reduceri financiare de 5%. Reducerile se acordă astfel: reducerile comerciale la livrarea mărfurilor și reducerile financiare la achitarea facturii.

Înregistrați operațiile atât în contabilitatea clientului cât și în contabilitatea furnizorilor.

FIȘA DE LUCRU NR. 49

În cursul lunii, unitatea se aprovizionează cu bunuri de natura imobilizărilor, stocurilor și înregistrează servicii prestate de terți:

- materii prime pe bază de factură, preț de achiziție de 20.000 lei;
- materiale consumabile pe bază de factură, 30.000 lei;
- materiale de natura obiectelor de inventar pe bază de aviz de însoțire, preț de achiziție de 10.000 lei;
- ambalaje pe bază de aviz de însoțire, preț de achiziție de 5.000 lei;
- rechizite de birou, pe bază de aviz de însoțire, preț de achiziție de 1.000 lei;
- aparatură birotică pe bază de factură, preț de achiziție de 20.000 lei;
- energie și apș pe bază de factură, 800 lei;
- taxe poștale pe bază de factură, 400 lei;
- comisioane bancare 300 lei.

Ulterior se înregistrează sosirea facturilor.

Furnizorii se achită din contul bancar cu excepția:

- ✓ rechizitelor care se achită în numerar;
- ✓ taxelor poștale care se achită din avansuri de trezorerie;
- ✓ imobilizările se achită din împrumuturi pe termen lung;
- ✓ comisioanele din credite pe termen scurt.

Realizați analiza și înregistrările contabile.

FIȘA DE LUCRU NR. 50

Conform centralizatorului statelor de plată se înregistrează:

- salarii și alte drepturi cuvenite personalului, 50.000 lei;

- ajutoare concedii de boală 18.000 lei, din care suportate de asigurările sociale de stat, 10.000 lei;
- avansuri acordate personalului pentru salarii, 20.000 lei;
- avansuri acordate personalului pentru concedii medicale, 5.000 lei;
- contribuția personalului pentru asigurările sociale de stat, 4.750 lei;
- CAM, 500 lei;
- impozitul pe salarii, 4.200 lei;
- rețineri din salarii datorate terților, 200 lei;
- salarii nete achitate personalului, 13.100 lei;
- drepturi nete achitate reprezentând ajutoare, 10.610 lei;
- drepturi de personal neridicate, 2.200 lei.

Din drepturile de personal neridicate se achită ulterior 1.000 lei. La termenul de prescripție se scot din evidență drepturile de personal în sumă de 1.200 lei.

Realizați analiza și înregistrările contabile.

FIȘA DE LUCRU NR. 51

1. Se acordă avansuri în numerar salariaților în sumă de 20.000 lei. Din totalul acordat aceștia justifică doar 13.000 lei care reprezintă:

- plăți furnizori 11.000 lei;
- diurnă 2.000 lei.

2. La sfârșitul anului se înregistrează obligația unității față de salariați reprezentând indemnizații de concedii neefectuate în sumă de 15.000 lei și indemnizații pentru concedii medicale pentru care nu s-au întocmit state de plată în sumă de 5.000 lei.

În anul următor se achită salariaților suma de 20.000 lei, reprezentând datorii către aceștia înregistrate la sfârșitul anului.

În conformitate cu contractul de garanție se reține gestionarilor garanția în numerar în sumă de 5.000 lei.

Pentru sumele depuse drept garanție banca bonifică dobânzi în suma de 1.250 lei.

Se restituie gestionarilor garanția în sumă de 30.000 lei.

Realizați analiza și înregistrările contabile.

FIȘA DE LUCRU NR. 52

1. Se repartizează din profitul net pe bază de bilanț contabil suma de 320.000 lei pentru stimularea salariaților.

În anul următor se aproba bilanțul și se achită parte din drepturile de stimulare, astfel:

- ✓ sume achitate salariaților 250.000 lei;
- ✓ impozitul pe venit reținut 52.000 lei;
- ✓ drepturi neridicate 18.000 lei.

2. În anul 2019 S.C. Alfa SRL înregistrează următoarea situație în privința impozitului pe profit datorat bugetului de stat:

- ✓ impozit pe profit datorat pe trimestrul 12.000 lei;
- ✓ impozit pe profit datorat pe semestrul 13.000 lei;
- ✓ impozit pe profit datorat pe 9 luni 2.500 lei.

3. Se înregistrează impozitele și taxele datorate și plătite de către societate la bugetul statului și bugetele locale:

- ✓ impozit pe profit 2.300 lei;
- ✓ accize 30.000 lei;
- ✓ impozit pe cladiri 1.500 lei;
- ✓ impozit pe teren 300 lei;
- ✓ majorari pentru nevărsarea la termen a impozitelor 3.200 lei.

Realizați analiza și înregistrările contabile.

FIȘA DE LUCRU NR. 53

Se înregistrează următoarele operații:

- se acordă un împrumut altei unități legate prin interese de participare în suma de 5000 lei, dobânda fiind de 800 de lei.
- dividende de încasat din participatii în suma de 12.000 lei, iar dividende aferente investițiilor financiare pe termen scurt în suma de 4000 lei. Se rambursează o parte din împrumut- 47.000 lei
- se încasează dobânda și dividendele
- cu toate intervențiile făcute nu se mai poate recupera suma de 3000 lei din împrumuul acordat.

2. Se încasează prin bancă suma de 13.500 de lei și prin casă 3000 lei de la creditorii diverși. După verificare se constată că sumele au fost virate în mod eronat restituindu-se.

3. Se efectuează reparații capitale cu forțe proprii în valoare de 300.000 lei care presupun următoarele cheltuieli:

materiale consumabile 145.500

energie electrică 30.000

salarii 100.000

CAS 24.500. La finele exercitiului reparațiile capitale în suma de 200.000 lei se constată a aparține următorului exercitiu financiar.

Realizați analiza și înregistrările contabile.

Teste grilă recapitulative

Testul nr. 1

1. Care dintre elementele următoare nu corespunde definiției unui activ corporal sau financiar?
 - a. creanțele față de clienți;
 - b. titlurile de plasament;
 - c. disponibilul în bancă;
 - d. stocurile de mărfuri;
 - e. cheltuielile de constituire.
2. Formula contabilă 5121 (Conturi la bănci în lei) = 4111 (Clienți) poate avea următoarea explicație:
 - a. Primirea de bani de la asociați;
 - b. Plata unei sume către un client;
 - c. Încasarea unei sume de la un client prin contul de disponibil;
 - d. Încasarea dividendelor de la o persoană juridică;
 - e. Plata unui furnizor.
3. Decontarea unei facturi a furnizorului de utilaje printr-un efect de comerț în sumă de 87.000 lei, în contabilitatea trasului (plătitorului) se înregistrează:
 - a. 401 = 403 87.000
 - b. 401 = 413 87.000
 - c. 401 = 405 87.000
 - d. 404 = 405 87.000
 - e. 404 = 403 87.000
4. Cum se înregistrează un minus de casa de 27 lei constat la verificarea casieriei și imputat casierului?
 - a. 668 = 5311 27
 - b. 4282 = 5311 27
 - c. 7581 = 5311 27
 - d. 6588 = 5311 27
 - e. 461 = 5311 27
5. Cum se înregistrează un plus de casă de 250 lei constat la verificarea casieriei?
 - a. 5311 = 668 250
 - b. 5311 = 4282 250
 - c. 5311 = 771 250
 - d. 5311 = 7588 250
 - e. 5311 = 768 250
6. Interesele de participare sunt:

- a. investiții financiare pe termen scurt;
 - b. imobilizări financiare;
 - c. investiții financiare pe termen lung din rezervele legale ale unităților economice;
 - d. alte titluri de plasament;
 - e. datorii pe termen lung.
7. Stabiliți prin ce relație se obține capitalul propriu:
- a. activ – cheltuieli;
 - b. activ – pasiv;
 - c. activ – datorii;
 - d. venituri – cheltuieli;
 - e. activ – venituri.
8. Creanțele și datoriile se înregistrează în contabilitate la:
- a. valoarea nominală;
 - b. valoarea justă;
 - c. valoarea actuală;
 - d. costul de achiziție sau prețul de vânzare.
9. Ce semnifică înregistrarea contabilă: $1061 = 117$?
- a. reportarea rezervelor legale în exercițiul următor;
 - b. constituirea rezervelor legale din profitul perioadei precedente;
 - c. înglobarea rezervelor legale în capitalul social;
 - d. diminuarea capitalului social cu pierderile perioadei precedente;
 - e. acoperirea pierderilor reportate din anul precedent din rezervele legale.
10. În comerțul cu ridicata, evaluarea mărfurilor la intrarea în gestiune se face, de regulă, la:
- a. costul efectiv de cumpărare (fără T.V.A.);
 - b. prețul de vânzare cu amănuntul (fără T.V.A.);
 - c. prețul cu amănuntul (cu T.V.A.);
 - d. prețul de cumpărare plus adaosul comercial.

Testul nr. 2

1. În comerțul cu amănuntul evaluarea mărfurilor aflate în gestiune se face la:
- a) prețul de vânzare cu amănuntul, inclusiv T.V.A.;
 - b) costul de achiziție;
 - c) prețul de cumpărare;
 - d) prețul de cumpărare plus T.V.A.;

- e) prețul de vânzare fără T.V.A.
2. Descarcarea gestiunii pentru mărfurile vândute prin comerțul cu amănuntul se înregistrează:
- a) după fiecare vânzare;
 - b) la sfârșitul fiecărei zile;
 - c) la sfârșitul perioadei;
 - d) la sfârșitul anului;
 - e) la sfârșitul trimestrului.
3. Care înregistrare contabilă este în concordanță cu explicația dată?
- a) 6811 = 293 amortizarea cheltuielilor de dezvoltare;
 - b) 6812 = 151 anularea provizioanelor;
 - c) 691 = 121 impozitul pe profit datorat bugetului de stat;
 - d) 129 = 1061 profitul repartizat pentru rezerve legale;
 - e) 401 = 301 achiziții materii prime.
4. Care înregistrare contabilă este în concordanță cu explicația dată?
- a) 5121 = 5411 deschidere de acreditiv;
 - b) 212 = 722 construcție obținută din producție proprie;
 - c) 681 = 301 consum de materii prime;
 - d) 208 = 2131 ieșire de utilaje amortizate integral.
5. La sfârșitul perioadei, situația T.V.A. se prezintă astfel:
- T.V.A. deductibilă 150.000 lei;
 - T.V.A. colectată 200.000 lei;
 - T.V.A. de recuperat din perioada precedentă 60.000 lei.
- Care este poziția societății la sfârșitul perioadei privind T.V.A.?
- a) creanță 60.000 lei;
 - b) datorie 10.000 lei;
 - c) creanță 10.000 lei;
 - d) datorie 50.000 lei.
6. La sfârșitul perioadei, situația T.V.A. se prezintă astfel:
- T.V.A. deductibilă 150.000 lei;
 - T.V.A. colectată 130.000 lei;
 - T.V.A. de recuperat din perioada precedentă 25.000 lei.
- Care este poziția societății la sfârșitul perioadei privind T.V.A.?
- a) creanță 20.000 lei;
 - b) datorie 20.000 lei;

- c) creanță 45.000 lei;
 - d) datorie 45.000 lei;
 - e) creanță 25.000 lei.
7. Rezervele unei entități pot fi constituite din:
- a) rezultatele (brute sau nete);
 - b) cheltuielile perioadei;
 - c) provizioane și cheltuieli constituite;
 - d) din veniturile societății;
 - e) din alte venituri din exploatare.
8. Rezervele legale se constituie pe baza prevederilor din:
- a) actele normative în vigoare;
 - b) contractul de societate și statut;
 - c) procesul-verbal întocmit cu ocazia întrunirii adunării generale a asociaților sau a acționarilor;
 - d) din registrul ședințelor consiliului de administrație;
 - e) din registrul ședințelor adunărilor generale ale acționarilor.
9. Rezervele legale se pot constitui din:
- a) rezultatul reportat;
 - b) excedentele dintre prețul de vânzare al acțiunilor și valoarea lor nominală;
 - c) profit;
 - d) din venituri financiare.
10. Prin articolul contabil 601 = 301 se poate înregistra operațiunea:
- a) materiile prime date în consum;
 - b) materiile prime donate;
 - c) materiile prime constatate plus la inventar;
 - d) materiile prime lipsă la inventar.

BIBLIOGRAFIE

1. Anghel L.D. și colaboratorii, *Marketing*, manual pentru clasa a XI-a, Editura All, București, 2002

2. Bădilă D., *Analiza pieței*, Editura Universității „Lucian Blaga”, Sibiu, 2011
3. Bădilă D., *Economia întreprinderii*, Editura Universității „Lucian Blaga”, Sibiu, 2016
4. Danciu V., *Marketing*, Editura Economică, București, 2001
5. Ilie S.(coordonator), *Marketingul afacerii*, manual pentru clasa a XI-a, Editura Oscar Print, București, 2006
6. Ilie S.(coordonator), *Mediul concurențial al afacerilor*, manual pentru clasa a XI-a, Editura Oscar Print, București, 2007
7. Ilie S.(coordonator), Popovici C., Albu R., *Planificare operațională*, manual pentru clasa a XI-a, Editura Oscar Print, București, 2006
8. Lefter V., Chivu I., *Economia întreprinderii*, manual pentru clasa a X-a, Editura Economică Preuniversitară, București, 2005
9. Merce E.(coordonator), *Marketing turistic*, Editura Oscar Print, București, 2003
10. Moroșan I., *Contabilitatea practică obligațiile fiscale și sociale ale firmei*, Editura EVCONT CONSULTING, Suceava, 2003
11. Papuc M.(coordonator), *Cercetări de marketing*, Editura Luminalex, București, 2004
12. Paraschiv D., *Planificarea operațională*, manual pentru clasa a XI-a – ruta directă și clasa a XII-a – ruta progresivă, Editura Akedemos Art, București, 2007
13. Pătrașcu C.B, *Contabilitatea unor operațiuni speciale*, Editura Danubius, Brăila, 2004
14. Pop N.Al., *Marketing*, manual pentru clasa a XI-a, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2002
15. Popovici I., *Contabilitatea armonizată cu directivele europene*, Editura Danubius, Brăila, 2003
16. Vonea O., Vonea R., *Contabilitatea pentru bacalaureat, sinteze și teste rezolvate și propuse*, Editura Didactică Militans, Casa Corpului Didactic Oradea, 2006
17. www.biblioteca-digitala.ase.ro