



20.07.2014

EXAMEN DE ADMITERE – SESIUNEA IULIE 2014
SPECIALIZAREA COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE / SPECIALIZAREA PUBLICITATE
PROBA DE ECONOMIE
GRILĂ DE CORECTARE

Subiectul 18 – Definiți piața valutară și prezentați caracteristicile sale. Detaliați specificul pieții valutare la vedere și al pieței valutare la termen. Arătați care sunt trăsăturile pieței schimburilor valutare în România.

- Definiția pieței valutare – 0,25 p.
- Definiția cursului valutar – 0,25 p.
- Definiția pieței la vedere – 0,25 p.
- Definiția pieței la termen – 0,25 p.
- Covertibilitatea unei monede – 0,50 p.
- Caracterizarea pieței valutare din România – 0,50 p.
- Prezentarea componentelor pieței valutare românești (piața interbancară și piața caselor de schimb valutar) – 0,75 p.
- Capacitatea de analiză, argumentare și interpretare – 0,25 p.

Total subiectul 18: 3 puncte.

Subiectul 40 – Prezentați și exemplificați ocuparea forței de muncă în perioade de recesiune.

- Definiția recesiunii – 0,50 p.
- Identificarea dezechilibrelor generate de recesiune (creșterea șomajului, scăderea consumului, creșterea inflației) – 0,75 p.
- Prezentarea formelor șomajului (voluntar și involuntar; ciclic, structural și tehnologic) – 0,75 p.
- Explicarea impactului recesiunii asupra pieței muncii (impactul asupra structurii cererii și ofertei de muncă, instabilitatea ocupării locurilor de muncă, flexibilitatea muncii) – 0,75 p.
- Capacitatea de analiză, argumentare și interpretare – 0,25 p.

Total subiectul 40: 3 puncte.

Subiectul 49. Identificați, în textul de mai jos, principalele elemente care exemplifică raportul existent între preferințele consumatorilor (de automobile) și utilitatea economică. Cum se explică utilitatea economică în acest context și de ce factori depinde aceasta? Argumentați.

Prețul nu mai este principalul criteriu de cumpărare a unei mașini. Recenta evoluție a prețului carburanților la pompă i-a făcut pe români mult mai atenți la acest capitol. Două treimi dintre respondenții unui sondaj realizat de GfK în 2010 spun că achiziționează un automobil în primul rând după consum. Următoarele criterii care dictează alegerea sunt, în ordine, marca (44%), prețul (44%), caracteristicile și performanța motorului (40%), precum și confortul (36%). Nu este de mirare că românii se uită în primul rând la consum, având în vedere că anul trecut carburanții s-au scumpit cu peste 15%, comparativ cu 13%, în 2009, potrivit datelor statistice oficiale. Preferințele cumpărătorilor se îndreaptă către mașini second-hand, după cum au răspuns 60% dintre persoanele chestionate.



MINISTERUL EDUCAȚIEI NAȚIONALE
ȘCOALA NAȚIONALĂ DE STUDII POLITICE ȘI ADMINISTRATIVE
Facultatea de Comunicare și Relații Publice
Str. Povernei Nr. 6, București, România
Tel.: (40)-21-318.08.81; Fax: (40)-21-311.71.48; e-mail: info@comunicare.ro;
www.comunicare.ro

(Gândul, ediția online, 24 martie 2011, <http://www.gandul.info/financiar/scumpirea-carburantilor-schimba-preferintele-auto-ale-romanilor-consumul-criteriul-numarul-unu-8095137>)

- Definiția utilității economice – 0,25 p.
- Formele utilității economice și importanța acestora în alegerea consumatorului – 0,50 p.
- Rolul preferințelor consumatorului în mecanismul de alegere a unui bun pentru a fi consumat – 0,25 p.
- Identificarea și comentarea factorilor care influențează alegerea consumatorilor pentru produsul autoturism, așa cum reiese din textul supus analizei – 1,75 p.
- Capacitatea de analiză, argumentare și interpretare – 0,25 p.

Total subiectul 49: 3 puncte.

**Din oficiu – 1 punct
TOTAL – 10 puncte**

**Președintele Comisiei de Admitere
Conf. univ. dr. Nicoleta CORBU**

