



**OLIMPIADA LA DISCIPLINELE DIN ARIA CURRICULARĂ TEHNOLOGII
ETAPA PE MUNICIPIU**

PROBA SCRISĂ - 23 februarie 2013

Varianta 1

**DOMENIUL: TURISM ȘI ALIMENTAȚIE
CLASA: A XI-A**

- ◆ **Toate subiectele sunt obligatorii. Se acordă 10 puncte din oficiu.**
- ◆ **Timpul efectiv de lucru este de 3 ore.**

Subiectul I

20 puncte

A. Scrieți pe foaia de concurs, litera corespunzătoare răspunsului corect: (10 p)

1. In categoria factorilor de influență a structurii organizatorice nu se includ:

- a. dimensiunile firmei;**
- b. tipul și complexitatea activității;**
- c. amplasarea firmei;**
- d. cadrul și statutul juridic de funcționare.**

2. Dimensiunile unei firme sunt stabilite pe baza:

- a. relațiilor organizatorice;**
- b. strategiei de dezvoltare a întreprinderii;**
- c. numărului de personal;**
- d. calificării personalului.**

3. Societatea cu răspundere limitată are un capital social minim de:

- a. 25.000 lei;**
- b. 15.000 lei**
- c. 2500 lei;**
- d. 200 lei**

4. O formă a comunicării nonverbale este:

- a. conferința;**
- b. dezbaterea;**
- c. discursul;**
- d. expresia feței;**

5. Relațiile de autoritate pot fi grupate în:

- a. relații de cooperare, de control de reprezentare**
- b. relații de stat major; relații funcționale, de control**
- c. relații ierarhice, funcționale, de stat major;**
- d. relații funcționale; relații de stat major, de cooperare**

6. Limbajul paraverbal se concretizează prin:

- a. calitățile vocale**
- b. expresia feței**
- c. gesturi**
- d. poziția corpului**



7. Receptorul trebuie
- să pregătească atent mesajul
 - să identifice părțile utile din mesaj
 - să verifice înțelegerea mesajului care trebuie transmis
 - să folosească o tonalitate adecvată a vocii
8. Printre cerințele unei ascultări active nu se include :
- crearea unor ocazii de feed-back
 - ascultarea fără a anticipa ce va fi spus
 - abilitatea de a comunica cu două persoane simultan
 - înțelegerea comunicării nonverbale
9. Elementele procesului de comunicare sunt:
- emițătorul, mesajul, mijlocul de comunicare, limbajul comunicării, receptorul, contextul
 - cuvântul, mesajul, mijlocul de comunicare, limbajul comunicării, receptorul,
 - emițătorul, receptorul, contextul, obiectivele comunicării, mijlocul de comunicare,
 - ideea, mesajul, receptorul, mijlocul de comunicare, limbajul comunicării, emițătorul
10. Prezenta personală ca element al comunicării nonverbale se caracterizează prin:
- expresia feței,
 - parametrii vocali
 - igiena personală
 - punctualitate

B. Transcrieți pe foaia de concurs litera corespunzătoare fiecărui enunț (1,2,3,4,5) și notați în dreptul ei litera **A**, dacă apreciați că enunțul este adevărat și litera **F**, dacă apreciați că enunțul este fals:(10 p)

- Compartimentele operaționale sunt compartimentele în care se desfășoară activitățile de bază care dau profilul întreprinderii.
- Nivelul ierarhic reprezintă numărul de persoane conduse efectiv de un cadru de conducere.
- Personalul din turism este cel care salută primul clientul indiferent de vârsta, sexul, categoria socială etc. a acestuia.
- Mise-en-place-ul pentru serviciile a la carte se diferențiază de cel pentru mesele comandate.
- În cazul mise-en-place-ului pentru mic dejun furculița pentru gustare se așează în partea dreaptă a farfuriei.

Subiectul II

30 puncte

1. În coloana A sunt prezentate *elementele postului* iar în coloana B *caracterizarea acestora*. Scrieți pe foaia de concurs asocierile dintre fiecare cifră din coloana A și litera corespunzătoare din coloana B (10puncte)

A. Elementele postului	B. Caracterizarea acestora
1. Autoritate/competențe formală	a. Atitudinea angajatului față de sarcini
2. sarcini	b. Reprezintă capacitatea unei persoane de a utiliza și combina cunoștințe teoretice, deprinderi practice și atitudini specifice pentru a realiza activități de muncă la nivelul calitativ cerut la locul de muncă.
3. competențe profesionale	c. Se referă la limitele în cadrul cărora titularul postului poate acționa.
4. responsabilitatea	d. Reprezintă procese de muncă simple sau complexe.
5. relații ierarhice	e. reprezintă scopul pentru care postul a fost creat
6. obiectivul postului	



2. În coloana A sunt prezentate categoriile de spații hoteliere, iar în coloana B, diferite componente ale acestora. Scrieți pe foaia de concurs asocierile dintre fiecare cifră din coloana A și litera corespunzătoare din coloana B **(10puncte)**

A	B
1. spații de folosință comună exterioară	a. acces auto și pietonal
2. spații de folosință comună interioară	b. stația de alimentare cu apă potabilă
3. spații de cazare	c. salon pentru pregătirea și servirea micului dejun
4. spații de alimentație	d. apartament
5. spații anexe	e. holul recepției
	f. vestiarele personalului

3. **Completați spațiile libere, astfel încât următoarele afirmații definiție să fie corectă și completă:** **10 puncte**

a. Vila este structura de primire turistică care are arhitectură specifică., dispune de spații pentru1..... și2....., de spații de parcare, include spații de3..... (piscine, teren de sport și spații de joacă pentru copii etc.),dispune de spații4....., grădini, curți

b. Componentele structurii organizatorice sunt:

-
-
-
-
-
-



Subiectul III

40 puncte

Concepeți un eseu structurat cu titlul “Hotelul – unitate reprezentativă a industriei hoteliere” după următoarea structură de idei:

- Precizarea a **două argumente** prin care să evidențiați faptul că hotelul – este unitate reprezentativă a industriei hoteliere
- Evidențierea modului în care tipologia hotelurilor răspunde nevoilor turiștilor urmărind amplasarea lor în teritoriu, categoria de confort și motivația călătoriei/segmentul principal de clientelă
- Prezentarea a două modalități de adaptare a ofertei hoteliere (tipuri de camere, facilități și servicii destinate satisfacerii motivației principale a călătoriei) la motivația călătoriei pentru următoarele segmente de clientelă: **vacanțieri și oameni de afaceri**.



OLIMPIADA LA DISCIPLINELE DIN ARIA CURRICULARĂ TEHNOLOGII
ETAPA PE MUNICIPIU

BAREM PROBA SCRISĂ - 23 februarie 2013

Varianta 1

DOMENIUL: TURISM ȘI ALIMENTAȚIE
CLASA: A XI-A

Subiectul I **20 puncte**

I.1. A. 1-c, 2-c, 3-d, 4-d, 5-c, 6-a,7-b, 8-c, 9-a, 10-c.

10 x 1 p = 10 puncte

B. 1-A, 2-F, 3-A, 4-A, 5-F.

5 x 2 p = 10 puncte

Pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia se acordă 0p.

Subiectul II **30 puncte**

1. 1-c, 2-d, 3-b, 4-a, 6-e

5 x 2 p = 10 puncte

2. 1-a, 2-e, 3-d, 4-c, 5-f

5 x 2 p = 10 puncte

Pentru fiecare răspuns corect se acordă 2 punct.

3.

1 – bucătărie

2 - sufragerie,

3 - agrement

4 - verzi

Componentele structurii organizatorice

- Postul, funcția, compartimentul, relațiile organizatorice, ponderea ierarhică, nivelul ierarhic

10 x 1 p = 10 puncte

Pentru fiecare răspuns corect se acordă câte 1 punct

Subiectul III **40 puncte**

- Pentru precizarea oricăror două argumente corecte care evidențiază faptul că hotelul – este unitate reprezentativă a industriei hoteliere (Hotelul oferă o diversitate de tipuri de spații și facilități, de servicii cu plată și fără plată, dispune de recepție, de spații de alimentație ș.a.) se acordă câte 2 puncte **2 x 2p = 4 puncte**
- Pentru evidențierea corectă a modului în care tipologia hotelurilor răspunde nevoilor turiștilor prin amplasarea lor în teritoriu (amplasate în stațiuni de litoral, montane, balneare; orașe (centru sau periferie); în lungul căilor) se acordă câte 2 puncte **5x2p = 10 puncte**
- Pentru evidențierea corectă a modului în care tipologia hotelurilor răspunde nevoilor turiștilor prin adaptarea la bugetul acestora (de lux: 4–5 stele; de nivel mediu: 2–3 stele; de categorie modestă: o stea.) se acordă câte 2 puncte **3x2 p = 6 puncte**
- Pentru evidențierea corectă a modului în care tipologia hotelurilor răspunde nevoilor turiștilor în funcție de motivația călătoriei/segmentul principal de clientelă (Hoteluri de vacanță, Hoteluri de afaceri, Hoteluri de sănătate (hoteluri de tratament, hoteluri wellness/spa), Hoteluri pentru tranzit, ș.a.) se acordă câte 2 puncte **4x2 p = 8 puncte**
- Pentru prezentarea a două modalități de adaptare a ofertei hoteliere: pentru vacanțieri se acordă câte 3 puncte **2x3p = 6 puncte**
- Pentru prezentarea a două modalități de adaptare a ofertei hoteliere: pentru oamenii de afaceri se acordă câte 3 puncte **3x2p = 6 puncte**