

LED LIECHTENSTEIN
DEVELOPMENT
SERVICE



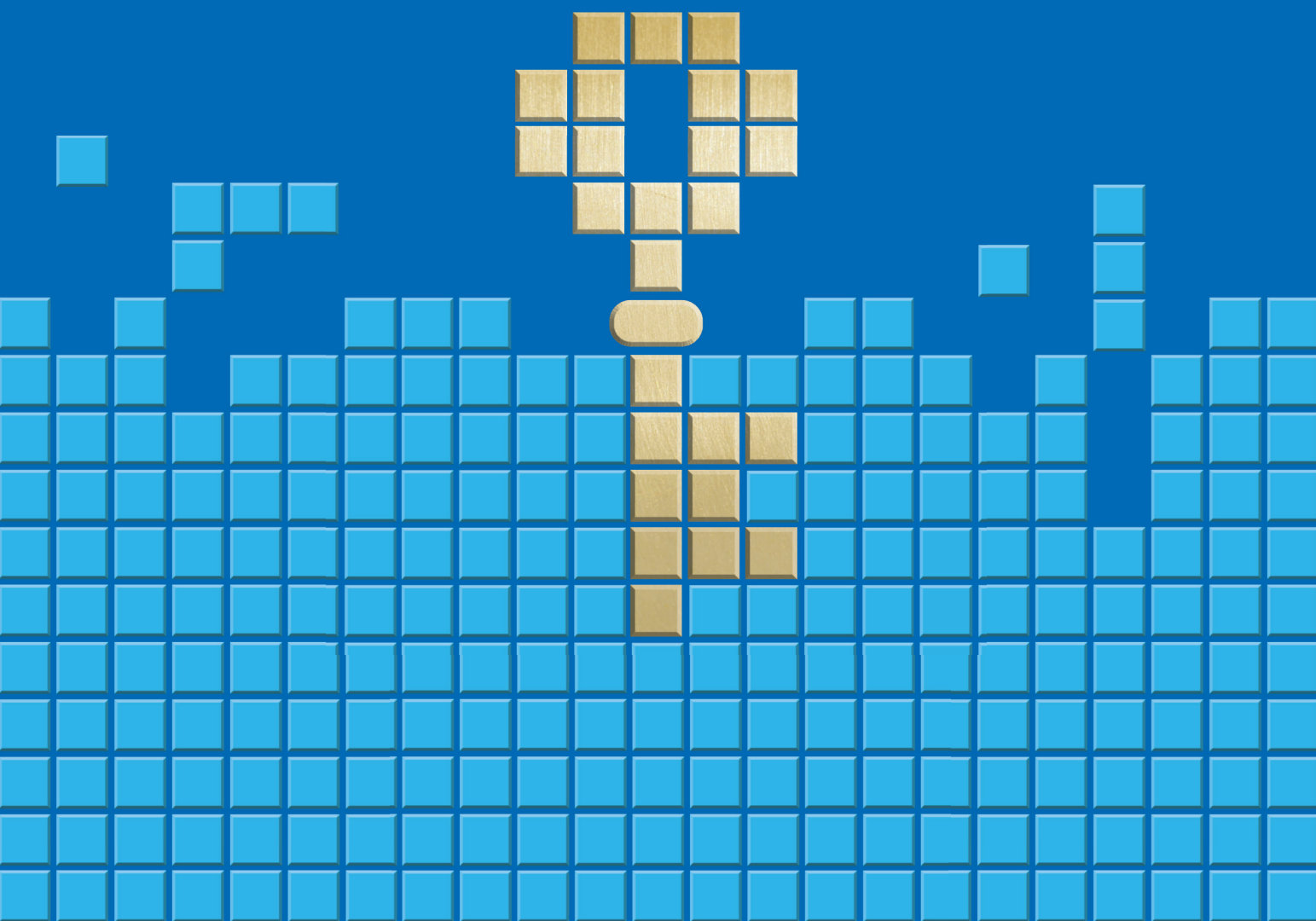
Ministerul Educației
al Republicii Moldova

Centrul
pentru
Educație
Antreprenorială
și
Asistență
în Afaceri



BAZELE ANTREPRENORIATULUI

Proiecte didactice



LED LIECHTENSTEIN
DEVELOPMENT
SERVICE



Ministerul Educației
al Republicii Moldova

Centrul
pentru
Educație
Antreprenorială
și
Asistență
în Afaceri



Sugestii
privind elaborarea proiectelor didactice
la disciplina

BAZELE ANTREPRENORIATULUI

realizate
în cadrul proiectului MEEETA
cu suportul financiar LED



Editura ARC
Chișinău • 2017

Materialele didactice au fost elaborate în cadrul proiectului MEEETA, implementat de Centrul pentru Educație Antreprenorială și Asistență în Afaceri (CEDA) în parteneriat cu Ministerul Educației și cu susținerea financiară a Fundației Servicii de Dezvoltare din Liechtenstein (LED).

Echipa de lucru:

Sofia ȘULEANSCHI, *director CEDA*

Lia SCLIFOS, *dr. ped., manager al proiectului REVOCC*

Serghei LÎSENCO, *formator național, expert CEDA*

Valentina OLARU, *dr. ped., profesoară de educație civică, GD superior, trainer CEDA*

Nicolae CREȚU, *expert CEDA*

Centrul pentru Educație Antreprenorială și Asistență în Afaceri aduce sincere mulțumiri profesorilor care predau „Bazele antreprenoriatului”, participanți la programele de formare a profesorilor în cadrul proiectului, pentru efortul depus în definitivarea proiectelor de lecții la disciplina „Bazele antreprenoriatului”.

Redactor: *Lucia Țurcanu*

Corector: *Mariana Belenciuc*

Copertă și concepție grafică: *Mihai Bacinschi*

Ilustrație: *Alex Dimitrov*, pag. 115

Tehnoredactare: *Marian Motrescu*

Editura Arc, str. G. Meniuc nr. 3, Chișinău;

Tel.: (+37322) 73-36-19, 73-53-29; fax: (+37322) 73-36-23; e-mail: info.edituraarc@gmail.com; www.edituraarc.md

Reproducerea integrală sau parțială a textului și ilustrațiilor din această carte este posibilă numai cu acordul prealabil scris al deținătorilor de copyright.

© Centrul pentru Educație Antreprenorială și Asistență în Afaceri, 2017

© Editura Arc, 2017

Descrierea CIP a Camerei Naționale a Cărții din RM

Sugestii privind elaborarea proiectelor didactice la disciplina „Bazele antreprenoriatului” / Proiectul MEEETA, Centrul pentru Educație Antreprenorială și Asistență în Afaceri; echipa de lucru: Sofia Șuleanschi [et al.]. – Chișinău: Arc, 2017 (Combinatul Poligrafic). – 184 p.: tab.

Apare cu suportul financiar al Fundației Servicii de Dezvoltare din Liechtenstein (LED). – 4000 ex.

ISBN 978-9975-0-0015-4.

37.091:334

S 94

ISBN 978-9975-0-0015-4

Cuprins

MODULUL I. ANTREPRENORIATUL – O OPȚIUNE DE CARIERĂ PROFESIONALĂ	8
Tema 1.1. Este oare antreprenoriatul o opțiune reală de carieră?	10
Anexe	11
Tema 1.2. Primii pași spre o afacere reușită	13
Anexe	14
Tema 1.3. Cadrul legal pentru activitatea antreprenorială în Republica Moldova	15
Anexe	16
Tema 1.4. Antreprenoriatul în Republica Moldova și rolul acestuia în economia țării	18
Anexe	20
Tema 1.5. Opțiuni de lansare a propriei afaceri	21
Anexe	22
Tema 1.6. Impozitele plătite de antreprenori	28
Anexe	29
Tema 1.7. Evaluare sumativă la modulul I: <i>Târgul ideilor de afaceri</i>	30
MODULUL II. ELEMENTE DE MANAGEMENT ȘI GESTIONAREA RISCURILOR	31
Tema 2.1. Aspecte generale privind gestionarea unei afaceri	34
Anexe	36
Tema 2.2. Organizarea și coordonarea unei activități antreprenoriale	37
Anexe	39
Tema 2.3.* Organizarea și coordonarea unei activități antreprenoriale (Selectarea angajaților și contractul de muncă)	39
Anexe	41
Tema 2.4. Rolul salariului în sistemul motivațional	45
Tema 2.5. Motivarea angajaților	46
Anexe	48
Tema 2.6. Controlul calității	51
Anexe	52
Tema 2.7. Riscurile în activitatea de antreprenariat și gestionarea acestora	53
Anexe	54
Tema 2.8. Lecție de evaluare sumativă	56
Anexe	57

MODULUL III. FINANȚAREA ȘI EVIDENȚA ACTIVITĂȚII ANTREPRENORIALE	62
Tema 3.1. Capitalul necesar pentru afacerea mea	64
Anexe	66
Tema 3.2. Sursele de finanțare a afacerii	69
Anexe	71
Tema 3.3. Venituri și cheltuieli (partea 1)	79
Tema 3.3. Venituri și cheltuieli (partea a 2-a – Prognoza cheltuielilor și rezultatul financiar)	81
Anexe	82
Tema 3.4.* Noțiuni fundamentale de evidență contabilă	90
Anexe	92
Tema 3.5.* Conturi contabile	98
Anexe	99
Tema 3.6. Structura și elementele de bază ale unui bilanț contabil	105
Anexe	106
Tema 3.7. Eficiența economico-financiară a afacerii. Rentabilitatea afacerii	110
Anexe	112
Tema 3.7.* Eficiența economico-financiară a afacerii	113
Anexe	115
Tema 3.8. Lecție de evaluare	118
MODULUL IV. MARKETINGUL AFACERII	119
Tema 4.1. Noțiuni generale de marketing	121
Tema 4.2. Cercetarea de piață	122
Anexe	124
Tema 4.3. Piața și clienții	125
Anexe	127
Tema 4.4. Concurența și segmentarea pieței	130
Anexe	131
Tema 4.5. Produsul: bunuri și servicii	133
Anexe	135
Tema 4.6. Formarea prețului	137
Anexe	138
Tema 4.7. Promovarea, plasarea și distribuția. Mixul de marketing	139
Anexe	141
Tema 4.8. Lecție de evaluare	145
Anexe	146

MODULUL V. PLANIFICAREA AFACERII	147
Tema 5.1. Scopul planificării (Oferirea și recepționarea feedbackului)	149
Anexe	151
Tema 5.2. Structura planului de afaceri	152
Anexe	153
Tema 5.3. Atelier de lucru: <i>Descrierea afacerii</i>	156
Anexe	157
Tema 5.4. Atelier de lucru: <i>Elaborarea planului de marketing</i>	158
Anexe	158
Tema 5.5. Atelier de lucru: <i>Elaborarea planului operațional</i>	159
Anexe	160
Tema 5.6. Atelier de lucru: <i>Necesarul de resurse umane</i>	161
Anexe	162
Tema 5.7. Atelier de lucru: <i>Elaborarea planului financiar</i>	162
Anexe	163
Tema 5.8. Atelier de lucru: <i>Integrarea tuturor elementelor planului de afaceri</i>	163
Anexe	164
Tema 5.9. Atelier de lucru: <i>Elaborarea prezentării planului de afaceri</i>	165
Anexe	165
Tema 5.10. Evaluarea finală (examen): <i>Prezentarea publică a planului de afaceri</i>	167
Anexe	167
ANEXE	169
Rezultatele succinte ale studiului de marcare a traseului profesional al absolvenților instituțiilor de învățământ profesional tehnic din Republica Moldova	169
Jocuri didactice cu blocuri din lemn, aplicate la disciplina „Bazele antreprenoriatului”	177

DRAGI PROFESORI,

Iată că a venit timpul să totalizăm eforturile noastre comune depuse în cadrul programelor de formare privind educația antreprenorială, organizate în cadrul proiectului MEEETA cu susținerea financiară a Fundației Servicii de Dezvoltare din Liechtenstein (LED). În anii 2012–2016, în colaborare strânsă cu Ministerul Educației, au fost realizate o serie de măsuri importante ce țin de educația antreprenorială, cu implicarea activă atât a elevilor, cât și a cadrelor didactice din instituțiile de învățământ profesional tehnic.

Cu eforturi comune, am constatat că educația antreprenorială are caracter aplicativ, deoarece presupune formarea și dezvoltarea la elevi a unor competențe specifice, pe care aceștia să le poată utiliza în viitor, care le vor schimba viața spre bine, le vor deschide uși și, în multe cazuri, vor pune fundamentul pentru viitoarea lor carieră. Iar munca dumneavoastră sinceră, activitatea de predare–învățare va fi, ȘI ÎN CONTINUARE, centrată, în mod obligatoriu, pe fiecare elev în parte și cât mai apropiată de realitatea economică din țară.

În această carte vă prezentăm sugestii privind elaborarea proiectelor didactice la disciplina „BAZELE ANTREPRENORIATULUI”, realizate împreună cu profesorii care au participat la sesiunile de formare; revizuite și pregătite pentru tipar de grupul de lucru alcătuit din reprezentanți ai echipei Centrului pentru Educație Antreprenorială și Asistență în Afaceri și trainerii implicați în programele de formare.

Ținem să subliniem încă o dată că *competențele antreprenoriale și spiritul de inițiativă* sunt printre cele nouă competențe-cheie aprobate/ stabilite în art. 12 pct. (2) din Codul Educației al Republicii Moldova pentru întregul sistem educațional din țară. Aceste competențe includ cunoștințe, abilități, atitudini și valori ce permit participarea activă a individului la viața socială și economică, presupun simțul inițiativei și al antreprenoriului și reprezintă capacitatea elevului de a transforma ideile în acțiune. Acest lucru cere și multă implicare, creativitate, inovație, capacitatea de asumare/ diminuare a riscurilor, precum și capacitatea de a planifica și gestiona proiecte/ activități/ diverse acțiuni cu caracter social-economic în vederea atingerii obiectivelor stabilite; permite creșterea potențialului elevilor și absolvenților de a munci în calitate de angajat și, concomitent, oferă oportunități noi – de a activa în mod independent, ca autoangajat/ lucrător pe cont propriu, sau de a iniția o afacere proprie.

În ultimii ani, s-au produs multe schimbări pozitive în sistemul educațional din țara noastră, și în primul rând în domeniul educației antreprenoriale, deoarece competențele de bază, cum ar fi cele digitale, antreprenoriale și spirit de inițiativă, inclusiv educația civică, sunt larg integrate în programa școlară, fiind foarte importante pentru tânăra generație, oferindu-le tuturor tinerilor posibilitatea de a-și dezvolta competențele-cheie până la un nivel care să-i pregătească mai eficient pentru dezvoltarea personală, pentru includerea în societate, dar și pentru ocuparea unui loc de muncă, constituind astfel și o bază pentru învățarea pe parcursul întregii vieți.

Putem afirma cu siguranță că predarea disciplinei „Bazele antreprenoriului” (BA) este deosebit de importantă în cadrul formării profesionale inițiale, deoarece elevii sunt aproape de încadrarea în câmpul muncii, iar desfășurarea unei activități independente poate reprezenta o opțiune importantă pentru dezvoltarea carierei acestora. Elevii se simt mult mai siguri în forțele proprii când vin la locul de muncă sau atunci când își propun să inițieze propria lor afacere. Profesorii implicați în predarea acestei discipline vor pune mereu accentul pe creativitate, inițiativă, gândirea critică, rezolvarea problemelor, evaluarea riscurilor, luarea deciziilor etc.

Abordarea modulară în cadrul disciplinei BA le oferă profesorilor și elevilor posibilitatea de a parcurge conținuturile de la simplu la complex și permite evaluarea treptată a progresului înregistrat de elevi, atât

la sfârșitul fiecărui modul, cât și la absolvirea cursului (evaluarea sumativă). Este important de menționat faptul că structura modulară a curriculumului permite un grad înalt de flexibilitate și favorizează ajustarea conținuturilor cursului la necesitățile specifice ale elevilor, luând în calcul gradul lor de pregătire, specificul profesiilor alese ș.a., precum și receptivitatea la schimbările de pe piața muncii, flexibilitatea în structurarea orelor de instruire – profesorii vor ține cont de acest lucru la începutul fiecărui an școlar, ajustând conținuturile la schimbările respective.

Axarea pe finalități de învățare presupune un șir de rezultate scontate, care reflectă ceea ce se așteaptă de la elev să cunoască, să înțeleagă și să fie capabil să aplice/ demonstreze la sfârșitul fiecărui modul curricular.

În această culegere de sugestii, profesorii vor găsi inserate lecțiile de evaluare sumativă pentru fiecare modul, care sperăm să vă ajute în activitatea dumneavoastră profesională.

Integrarea teoriei cu practica este foarte importantă pentru această disciplină și presupune că tot ceea ce se învață în procesul didactic urmează să fie valorificat în cadrul activităților practice, asigurând formarea și dezvoltarea competențelor generale și specifice disciplinei. Profesorul asigură integritatea academică a programului prin crearea de oportunități pentru ca elevii să stăpânească anumite competențe de bază în timpul elaborării și prezentării planului de afaceri.

La finalizarea cursului, fiecare elev prezintă propriul plan de afaceri și este conștient de contextul propriei sale activități, fiind capabil să valorifice oportunitățile apărute. Aceasta este baza pentru însușirea unor abilități și cunoștințe mai specializate, de care au nevoie cei care își doresc să inițieze/ dezvolte o activitate antreprenorială, deoarece pentru a deveni un antreprenor de succes trebuie să investească în continuare în dezvoltarea competențelor de întreprinzător, urmând un curs de antreprenariat/ business sau învățând singuri lucruri care să-i ajute în dezvoltarea personală și profesională, inclusiv în inițierea propriei afaceri.

După patru ani de la implementarea mai multor programe de formare în domeniul educației antreprenoriale, a apărut necesitatea de a analiza rezultatele și eficiența acestora prin efectuarea unui studiu de marcarea a traseului absolvenților ÎIPT.

Printre obiectivele principale ale acestui studiu au fost evaluarea calității și relevanței studierii disciplinei „Bazele antreprenoriatului”, precum și identificarea corelației dintre ocuparea/ autoocuparea absolvenților și studierea bazelor antreprenoriatului în cadrul disciplinei obligatorii sau prin intermediul trainingurilor pentru dezvoltarea afacerilor, oferite absolvenților în cadrul proiectului MEEETA. Varianta scurtă a raportului privind rezultatele și concluziile studiului este prezentată în anexă și sperăm să fie de folos atât cadrelor didactice implicate în predarea disciplinei „Bazele antreprenoriatului”, cât și managerilor instituțiilor de învățământ.

Credem că acest suport metodologic va fi încă un ajutor practic pentru cadrele didactice în activitatea profesională de zi cu zi și va fi folosit creativ și eficient.

Cu deosebit respect pentru ceea ce faceți și în speranța creșterii numărului de tineri antreprenori în toate localitățile țării,

Dr. Silviu GÎNCU,

Șef Direcție învățământ secundar profesional și mediu de specialitate, Ministerul Educației

Sofia ȘULEANSCHI,

Director executiv, Centrul pentru Educație Antreprenorială și Asistență în Afaceri

Modulul

I

ANTREPRENORIATUL – O OPȚIUNE DE CARIERĂ PROFESIONALĂ

14 ore (5 ore de activitate individuală)



DESCRIERE GENERALĂ:

Modulul dat este conceput pentru a le oferi elevilor o imagine generală din perspectiva antreprenoriatului ca opțiune de carieră.

Competența dezvoltată în cadrul modulului I: Competența de a valorifica oportunitățile în dezvoltarea personală și profesională.

Pentru dezvoltarea acestei competențe, sunt elaborate următoarele finalități modulare:

- *Identifică oportunități existente pentru dezvoltarea personală și profesională.*
- *Utilizează prevederile legislative referitoare la activitatea antreprenorială în rezolvarea situațiilor-problemă.*
- *Argumentează propria idee de afaceri.*
- *Analizează oportunități de susținere a propriei afaceri.*
- *Stabilește o modalitate de lansare a afacerii proprii în baza ideii selectate.*
- *Determină caracteristicile, riscurile și beneficiile antreprenoriatului ca oportunitate în carieră.*
- *Apreciază importanța respectării prevederilor legale în inițierea și dezvoltarea afacerii.*

În cadrul acestui modul, elevii urmează să se familiarizeze cu conceptul de *antreprenor* și *antreprenoriat* sub aspect juridic, social și etic. De asemenea, în modul sunt incluse teme ce țin de momentele-cheie în identificarea unei idei de afaceri și evaluarea viabilității acesteia. Elevii vor studia cadrul legal privind activitatea antreprenorială din Republica Moldova, precum și sistemul de impozitare și control în domeniul dat. Cadrele didactice le vor oferi elevilor posibilitatea să-și determine capacitățile necesare activității antreprenoriale și să reflecteze asupra faptului dacă antreprenoriatul ar putea fi o opțiune viabilă de carieră. De asemenea, elevii vor decide în mod liber și conștient dacă își doresc o carieră de antreprenor sau una de intraprenor. În cadrul modulului, elevii valorifică diferite modalități/ oportunități de lansare a unei afaceri și informația privind politicile și cadrul de reglementare a activității antreprenoriale în țara noastră.

Un aspect metodologic important este tema pentru acasă, care începe să fie realizată în clasă la etapele de reflecție și/sau extindere, sub îndrumarea profesorului, și continuă acasă, creând premise pentru ca fiecare elev să o facă. La lecția următoare, la etapa de evocare, tema pentru acasă este valorificată în contextul temei noi, un element motivațional important pentru realizarea ei.

ASPECTE METODOLOGICE PRIVIND EVALUAREA

În cadrul modulului I, se va evalua competența de valorificare a oportunităților în dezvoltarea personală și profesională. Evaluarea formativă se va aplica la fiecare lecție. Pentru aceasta, elevii vor realiza anumite sarcini care vor finaliza cu elaborarea unui produs ce poate fi evaluat și apreciat cu notă. La ultima lecție, elevii vor prezenta ideea lor de afacere în care vor reflecta toate aspectele studiate în cadrul modulului I. Astfel, produsele elaborate asigură continuitatea și motivează elevii să le facă mai calitativ, deoarece știu de la început că în baza lor vor elabora și prezenta ultimul produs – *Ideea de afacere*. Prezentăm, în tabelul ce urmează, subiectele abordate și tema pentru acasă, adică produsul elaborat care poate fi evaluat de profesor.

Nr. temeii	Tema lecției	Nr. de ore	Produsul/ Tema pentru acasă
1.1	Este oare antreprenoriatul o opțiune reală de carieră?	2	Calitățile necesare pentru dezvoltarea unei cariere de succes
1.2	Primii pași spre o afacere reușită	2	Ideea de afacere prezentată prin prisma valorilor
1.3	Cadrul legal pentru activitatea antreprenorială în Republica Moldova	2	Lista actelor necesare pentru înregistrarea unei afaceri în baza ideii prezentate
1.4	Antreprenoriatul în Republica Moldova și rolul acestuia în economia țării	2	Programe de susținere a IMM-urilor la care se poate aplica pentru a iniția o afacere în baza ideii selectate
1.5	Opțiuni de lansare a propriei afaceri	2	Argumente privind forma organizatorico-juridică potrivită ideii de afacere
1.6	Impozitele plătite de antreprenori	2	Cheltuielile estimate pentru fondul de salarii, taxe și impozite
1.7	Evaluarea sumativă la modulul I: <i>Târgul ideilor de afaceri</i>	2	Prezentarea ideii de afacere în care se reflectă toate aspectele studiate în cadrul modulului I

După cum am menționat anterior, produsul final pentru modulul I este *Ideea de afacere*. Instrumentul de evaluare aplicat este *Târgul ideilor de afaceri*. El este organizat la ultima lecție din modul și, ulterior, la nivel de instituție pentru elevii interesați. Cadrele didactice vor evalua prezentarea ideii de afacere în baza unor rubrici (vezi tabelul de mai jos).

RUBRICI PENTRU EVALUAREA IDEII DE AFACERI PREZENTATE

Aspecte evaluate	Niveluri		
	Minim (nota 5-6)	Mediu (nota 7-8)	Înalt (nota 9-10)
Reflectarea valorilor în prezentarea ideii de afacere	Numește 1-2 valori, dar are dificultăți în identificarea ideilor inovative în baza lor.	Describe 3-4 valori și identifică idei inovative pentru 2 dintre ele.	Describe 5 sau mai multe valori și identifică idei inovative pentru toate.
Viabilitatea ideii	Este nevoie de mai mult timp pentru a realiza ideea și necesarul de capital nu este estimat pentru un context concret.	Poate fi realizată în următoarele 6 luni, dar necesarul de capital este parțial realist în contextul prezentat.	Poate fi realizată în următoarele 6 luni, necesarul de capital este realist, ideea este viabilă pentru contextul prezentat.

Aspecte legislative	Numește forma organizatorico-juridică, dar nu explică de ce a ales-o pe aceasta.	Describe forma organizatorico-juridică și explică de ce se potrivește ideii lui.	Argumentează forma organizatorico-juridică potrivită cu ideea lui.
	Prezintă cel puțin 1-2 legi/ acte normative care reglementează afacerea.	Numește cel puțin 3 legi/ acte normative care reglementează afacerea.	Prezintă o listă de peste 3 legi/ acte care reglementează afacerea în domeniul ales.
Oportunități	Nu prezintă un program de susținere a IMM-urilor la care poate aplica pentru a iniția o afacere în baza ideii selectate.	Prezintă un program de susținere a IMM-urilor la care poate aplica pentru a iniția o afacere în baza ideii selectate.	Prezintă un program de susținere a IMM-urilor la care poate aplica pentru a iniția o afacere în baza ideii selectate și descrie procedura necesară.
Prezentarea ideii	Prezintă cu dificultăți ideea în public, comite greșeli de terminologie. Face o prezentare în Power Point sau pe un poster. Nu face referință la calitățile personale. Nu se încadrează în timpul oferit.	Prezintă ideea în public, utilizând un limbaj specific, corect din punctul de vedere al terminologiei. Face o prezentare în Power Point sau pe un poster. Numește calitățile personale care îl vor ajuta să implementeze ideea. Nu se încadrează în timpul oferit.	Prezintă ideea în public, utilizând un limbaj coerent, specific, corect din punctul de vedere al terminologiei. Face o prezentare în Power Point sau pe un poster. Demonstrează argumentat că posedă calitățile necesare pentru implementarea ideii. Se încadrează în timpul oferit.

TEMA 1.1

Este oare antreprenoriatul o opțiune reală de carieră?

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să explice calitățile necesare unei persoane/ unui antreprenor de succes;
- să identifice predispoziția proprie pentru activitatea de intraprenor și antreprenor;
- să aprecieze rolul dezvoltării personale în cariera profesională.

Metode și tehnici de învățare: GPP, Diagrama Venn, test, argumente pe cartele.

Forme de organizare a activității: de grup, individual, frontal.

Resurse didactice: markere pentru fiecare grup, postere.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	Elevii sunt împărțiți în 2 grupuri mari (de exemplu, pe rânduri). O parte din elevi se gândesc la prima sarcină, alții – la sarcina a doua. <i>Sarcini:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Amintiți-vă o persoană de succes pe care o cunoașteți. • Amintiți-vă un antreprenor de succes. • Discutați în perechi (aceeași sarcină) și identificați calitățile specifice acestor persoane. 	15 min.	GPP Diagrama Venn

	<p>Se formează grupuri din 2 perechi care au avut sarcini diferite și completează o Diagramă Venn: calități specifice fiecărei persoane și calități comune.</p> <p>Profesorul completează o diagramă la tablă, colectând idei de la toate grupurile pe rând.</p> <p>Elevii sunt întrebați dacă e nevoie și de alte calități pentru a dezvolta o carieră de succes.</p>		Activitate de grup
Realizarea sensului	<p>Profesorul le explică elevilor că vor studia o nouă disciplină – „Bazele antreprenoriatului”. În cadrul acestei discipline își vor dezvolta mai multe calități și abilități necesare unei persoane de succes.</p> <p>Apoi le distribuie elevilor un text cu unele calități descrise (<i>Anexele 1 și 2</i>).</p> <p><i>Sarcină:</i> Citiți textul și marcați cu semne de exclamare ideile importante din punctul vostru de vedere. Elevii prezintă ideile apreciate și discută despre ele.</p> <p>Profesorul explică noțiunea de <i>intraprenor</i> – o persoană care propune inovații (idei, produse, servicii noi) la locul de muncă, studii, care este creativă și activă. În perspectivă, orice intraprenor poate deveni antreprenor.</p> <p>Profesorul prezintă definiția antreprenorului.</p>	5 min. 15 min. 10 min.	Miniprelegere
Reflecție	<p>Elevilor li se propune să realizeze un test (<i>Anexa 3</i>) pentru a identifica dacă au vocație de antreprenor.</p> <p>După completarea testului, profesorul discută cu elevii rezultatele.</p>	10 min.	Test
Extindere	<p><i>Elevii identifică calitățile necesare pentru a deveni o persoană de succes, un intraprenor în grupă sau școală și apoi un antreprenor.</i> Elevilor li se distribuie câte 3-4 fișe mici, aceștia urmând să scrie pe o parte o calitate și pe verso explicația – de ce are nevoie de această calitate.</p> <p>Profesorul le explică elevilor că primul modul va finaliza cu un târg al ideilor de afaceri, la care fiecare elev își va prezenta ideea. Ideile prezentate vor fi evaluate în baza unor rubrici.</p> <p>Profesorul explică modalitatea de evaluare în baza <i>Rubricilor pentru evaluarea ideii de afacere</i>. Elevii primesc lista acestor rubrici, le citesc și formulează întrebări dacă apar neclarități.</p>	20 min. 15 min.	Argumente pe cartele

Anexe. Tema 1.1

ANEXA 1. CARACTERISTICI, CALITĂȚI ALE UNEI PERSOANE DE SUCCES

- **Încredere în sine.**
- **Capacitatea de a învăța continuu**, investind în propria educație. Are deschidere către tot ce este nou și cunoaște ceea ce se întâmplă în domeniul său de activitate. O astfel de persoană recunoaște că nu le știe pe toate și apelează la persoane specializate în domeniu.
- Are abilitatea de a **vedea oportunitățile** care se ivesc periodic.
- **Își asumă riscuri**, însă riscuri calculate.
- Este **un excelent lider** și angajează oameni foarte buni pe domeniul lor de activitate și îi coordonează în așa fel, încât fiecare dintre ei să dea maximum din ceea ce știu și pot face.
- **Testează și acționează continuu.** Încearcă noi metode menite să-l ajute să-și atingă scopul, vede ce se potrivește și ce nu, face concluziile necesare și merge înainte.
- **Inteligență și creativitate.** Pentru a face ceva deosebit, trebuie să fii inteligent.

- **Cunoașterea domeniului de activitate.** E absolut obligatoriu să începi să acumulezi experiență în domeniul în care vrei să activezi sau deja activezi.
- **Perseverență și determinare.** Pe parcursul activității, te vei confrunta cu anumite obstacole, pe care nu le vei putea depăși decât cu perseverență și determinare.
- **Luarea deciziilor** este foarte importantă pentru o persoană de succes, în mod special în ceea ce privește rapiditatea și eficiența.
- **Rezolvarea problemelor.** Pentru fiecare problemă pot fi găsite cel puțin 2 soluții.
- **Gândire pozitivă.** O bună parte din oameni evită să investească în carieră nu pentru că nu s-ar pricepe, ci pentru că se gândesc mai mult la pierderi decât la câștig.

ANEXA 2. CARACTERISTICI, CALITĂȚI ALE UNUI ANTREPRENOR

Responsabilitatea

Orice antreprenor trebuie să știe că, odată ce-și deschide o afacere, va fi responsabil pentru multe aspecte, în special pentru remunerarea la timp a angajaților, achitarea datoriilor față de partenerii de afaceri, livrarea produselor în termenele stabilite etc.

Spiritul de observație

Având un spirit înalt de observație, antreprenorul se va orienta spre noi perspective, va căuta noi piețe de desfacere, va afla dacă clienții săi sunt sau nu mulțumiți de produsele sau serviciile pe care le prestează firma.

Perseverența

Această calitate este una dintre cele care stau la baza obținerii succesului. A fi antreprenor și a deține funcția de director al unei companii nu înseamnă în niciun caz liniște și odihnă. Pentru a-și atinge obiectivele, un antreprenor are de muncit mult, cu determinare și sârguință.

Creativitatea și inovația

Ar fi bine ca fiecare întreprinzător să vină pe piață cu produse noi sau servicii diferite de cele existente, pentru a le oferi clienților cât mai multe bunuri utile cu adevărat sau servicii care să le ușureze și să le îmbunătățească traiul.

Ambiția

Această însușire de multe ori este considerată negativă, însă pentru antreprenori este un avantaj, deoarece îi ajută să treacă cu brio de problemele ce apar pe parcursul dezvoltării afacerii.

Insistența

Pentru a deveni un antreprenor de succes, va insista ca sarcinile să fie realizate într-un anumit termen, va urmări întreg procesul de lucru, se va asigura că totul decurge conform planului, iar în final va verifica neapărat rezultatele obținute.

Optimismul și încrederea în sine

Chiar dacă dezvoltarea unei afaceri presupune foarte multe dificultăți și probleme, antreprenorul este persoana care ar trebui să aibă încredere permanentă în forțele proprii și să fie convins că, prin sârguință, în final totuși va ajunge să se bucure de succes. Acolo unde alții văd probleme, el vede soluții. În loc să se plângă de existența concurenței, caută modalități prin care să colaboreze cu ea.

Orientarea spre eficiență și calitate

Fără calitate, nu poate fi construită o bază de clienți loiali, iar fără eficiență, întreprinderea ar putea falimenta, de aceea antreprenorul are sarcina să asigure clienții cu produse calitative și servicii prestate la cel mai înalt nivel, și toate acestea e de dorit să fie cu costuri mai reduse.

Abilități de convingere

Antreprenorul se va folosi de abilitățile respective atunci când va cere un credit bancar sau când va convinge investitorii că afacerea sa are perspectivă și trebuie finanțată, îi va fi ușor să angajeze cei mai buni lucrători, să-și găsească și să beneficieze în permanență de un suport din partea partenerilor.

Cât mai multă energie

În cele mai multe cazuri, antreprenorii îndeplinesc o muncă colosală, iar acest lucru presupune un consum enorm de energie, de aceea ei nu ar trebui să uite de un regim alimentar corect, sport, meditație și relaxare pe măsură.

Planificarea și monitorizarea sistematică

Antreprenorii întocmesc un plan pe termen lung, apoi îl divizează în sarcini mai mici pe o anumită perioadă de timp. Ulterior, monitorizează activitățile angajaților pentru a afla cum decurge procesul de realizare a obiectivelor.

ANEXA 3. TEST: VOCAȚIA DE ANTREPRENOR

Notează în dreptul fiecărei afirmații A (dacă este adevărat) sau F (dacă este fals).

Nr.	Afirmații	Adevărat	Fals
1.	Petreci mult timp gândindu-te cum poți eficientiza activitatea ta, aspecte ale muncii tale.		
2.	Primești feedback pozitiv când sugerezi schimbări.		
3.	Ești perseverent chiar și atunci când sunt șanse mari să dai greș.		
4.	Te entuziasmează munca ta atunci când te gândești sau vorbești despre ea.		
5.	Propui adesea metode mai bune de a face lucrurile acasă, în activități de recreere și în cadrul comunității.		
6.	Poți vizualiza pașii concreți pe care trebuie să-i întreprinzi pentru a pune ideile în practică.		
7.	Ești dispus să renunți la o parte din timpul tău liber și bani pentru a testa idei noi, chiar dacă succesul obținut ți-ar aduce ulterior o recompensă.		
8.	Compari adesea modul unor șefi de a rezolva lucrurile cu felul în care ai gestiona tu situația dacă ai fi în locul lor.		
Total			

Dacă ai răspuns cu „Adevărat” la cinci sau mai multe întrebări, cu siguranță ai vocație de antreprenor. Dacă nu lucrezi pe cont propriu, poți să-ți testezi cu siguranță abilitățile intraprenoriale în grupă sau în școală. Dacă reușești, poate te vei gândi să inițiezi în curând o afacere proprie.

TEMA 1.2 Primii pași spre o afacere reușită

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să identifice posibile idei de afaceri;
- să argumenteze viabilitatea ideilor de afaceri;
- să aprecieze importanța inovărilor în succesul activității antreprenoriale.

Metode și tehnici de învățare: GPP, SINELG, agendă cu notițe paralele.

Forme de organizare a activității: de grup, individual, în perechi și frontal.

Resurse didactice: markere pentru fiecare grup, postere.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	Profesorul le comunică elevilor că la lecția dată vor face primul pas spre o afacere, își vor dezvolta abilitatea de a identifica idei de afaceri. <i>Sarcini:</i> • Individual, timp de 2 minute, scrieți o listă a produselor (sau serviciilor) pe care le puteți vinde (sau oferi).	15 min.	Gândește–Perechi–Prezintă

	<ul style="list-style-type: none"> • Discutați în perechi ideile, timp de 5 minute, și identificați un produs/ serviciu pe care ați dori să-l testați și să-l dezvoltați într-o idee de afacere. <p>Fiecare pereche prezintă ideea. Profesorul notează ideile pe tablă.</p>		
Realizarea sensului	<p>Orice produs/ serviciu răspunde anumitor valori umane, și anume acestea stau la baza oricărei decizii de cumpărare. Întrucât prioritatea valorilor umane se schimbă, anumite produse nu mai răspund acestora și apar produse sau servicii noi.</p> <p><i>Sarcini:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Citiți lista de valori și discutați în perechi, marcând valorile cu ajutorul următoarelor semne (10 minute): <ul style="list-style-type: none"> ✓ – valoarea este cunoscută și clară; ? – valoarea nu este clară, am nevoie de explicații sau exemple. • Fiecare pereche numește pe rând câte o valoare marcată cu semnul întrebării. <p>Profesorul nu explică imediat valoarea. Mai întâi îi întreabă pe ceilalți elevi dacă cineva a marcat cu bifă valoarea și poate da un exemplu.</p>	25 min.	SINELG Copii de texte pentru fiecare elev sau pentru pereche
Reflecție	<p><i>Sarcini:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pe parcursul următoarelor 15 minute, veți identifica idei de inovare a produsului/ serviciului în baza valorilor discutate. • Desenați pe caiete un tabel format din două coloane: în prima coloană scrieți valoarea ce v-a inspirat ideea, iar în a doua coloană descrieți ideea de inovare a produsului. • Individual, timp de 5 minute, scrieți idei de inovare asociate cu cel puțin 5 valori. • Timp de 10 minute, discutați în perechi ideile scrise și identificați împreună idei de inovare asociate cu cel puțin 5 valori noi. <p>Fiecare pereche prezintă câte o idee mai interesantă.</p>	30 min.	Agenda cu notițe paralele
Extindere	<p>Elevii vor fi împărțiți în grupuri a câte 3-4 și vor lucra împreună pe toată durata cursului asupra testării unei idei de afaceri și a elaborării planului de afaceri.</p> <p><i>Sarcină:</i> În grup, prezentați pe un poster produsul/ serviciul care stă la baza ideii de afacere, după următorul <i>algorithm</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – imaginea produsului/ serviciului; – prețul; – descrierea produsului/ serviciului (ce valori satisface); – de ce ideea este bună pentru localitatea (comunitatea) în care va fi realizată afacerea. 	20 min.	

Anexe. Tema 1.2

ANEXA 1. IDENTIFICAREA IDEILOR DE PRODUSE

Valori – sursă de avantaje competitive	Exemple
Economisirea (mai ieftin decât la concurenți)	<ul style="list-style-type: none"> • materie primă mai ieftină; • materiale noi – mai ieftine; • tehnologii noi – mai productive sau mai ieftine; • eficientizarea proceselor – mai puțini angajați, mai puține cheltuieli (energie, resurse materiale și umane);

Durabilitatea (perioada de viață a produsului mai mare decât la concurenți)	<ul style="list-style-type: none"> • extinderea vieții unui produs; • protejarea unui produs de defecțiuni, accidente etc.; • reutilizarea unui produs; • utilizarea materialelor mai calitative; • utilizarea unei tehnologii noi care asigură precizie, calitate; • garanții pentru produse (servicii de reparație gratuită);
Sănătate (să contribuie la o sănătate mai bună sau cel puțin să nu dăuneze sănătății în comparație cu produsele concurenților)	<ul style="list-style-type: none"> • produse ecologice cu rețete ce contribuie la o sănătate mai bună (materie primă ecologică); • tehnologii de producere ecologice; • produse reciclabile; • fără emisii dăunătoare sau cu emisii ce contribuie la sănătate; • ajută la evitarea riscurilor pentru sănătate (securitate);
Confort (mai confortabil decât produsele concurenților)	<ul style="list-style-type: none"> • livrare și instalare la domiciliu; • utilizarea mijloacelor de comunicare comode pentru client; • foarte simplu de mânuit, de reparat;
Rapiditate (este produs și livrat mai repede decât la concurenți)	<ul style="list-style-type: none"> • executarea foarte rapidă (cel mai scurt timp); • livrare imediată; • producere la domiciliul clientului;
Distracție (este mai distractiv)	<ul style="list-style-type: none"> • creează emoții pozitive; • oferă posibilități de distracție;
Reputație (este mai deosebit)	<ul style="list-style-type: none"> • se asociază cu un statut deosebit în societate (nume, personalitate, marcă etc.); • apartenența la un anumit grup social.

TEMA 1.3

Cadrul legal pentru activitatea antreprenorială în Republica Moldova

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să identifice legislația care trebuie consultată în funcție de problema/ scopul cu care se confruntă un antreprenor;
- să rezolve situații-problemă, utilizând prevederile legislative referitoare la activitatea antreprenorială;
- să aprecieze rolul prevederilor legislative în reglementarea activității antreprenoriale.

Metode și tehnici de învățare: graffiti, studiu de caz, prelegere interactivă.

Forme de organizare a activității: de grup, individual și frontal.

Resurse didactice: 10 coli A3, markere pentru fiecare grup, studii de caz pentru fiecare echipă, setul de legi.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	<p>Elevii prezintă ideile de afaceri definitive acasă după algoritmul prezentat la lecția precedentă.</p> <p>Profesorul formulează câteva întrebări:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Cum credeți, e nevoie de cunoașterea legislației pentru a dezvolta o afacere în baza acestei idei? – Ce legi care reglementează activitatea antreprenorială cunoașteți? 	10 min.	Graffiti (ajustat)/ Activitate de grup/ coli A3, markere

	<p>Elevii sunt împărțiți în grupuri. Profesorul distribuie posterele cu indicarea anumitor legi și câteva markere la fiecare grup.</p> <p>Inscripții pe postere:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Codul muncii; • Codul fiscal; • Codul civil; • Legea nr. 845-XII din 03.01.1992 cu privire la antreprenoriat și întreprinderi; • Legea nr. 179 din 21.07.2016 cu privire la întreprinderile mici și mijlocii; • Etc. <p>Sarcini:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Discutați în grup și notați pe poster probleme, activități care credeți că pot fi reglementate de legea scrisă pe poster. • Transmițeți ulterior posterul colegilor din dreapta. • Completați răspunsul colegilor cu răspunsuri noi. 	10 min.	
Realizarea sensului	<p>Afișarea și prezentarea posterelor.</p> <p>După fiecare prezentare, profesorul aduce la cunoștință legea discutată și explică problemele, activitățile care sunt reglementate de lege.</p> <p>Consultați: <i>Sugestii pentru proiectarea lecțiilor*</i> (pag. 18–20).</p> <p>Pentru fiecare prezentare a elevilor și completările profesorului se planifică circa 5 min.</p>	25 min.	Prelegere interactivă/ Activitate frontală
Reflecție	<p>Profesorul împarte elevii în grupuri și distribuie fiecărei echipe câte un studiu de caz (<i>Anexa 1</i>).</p> <p>Sarcini:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Discutați în grup și notați pe poster răspunsurile la întrebări. • Identificați legea care vă poate ajuta în rezolvarea cazului. • Găsiți în lege articolele concrete care se referă la acest caz. • Prezentările elevilor. După fiecare prezentare, profesorul intervine cu explicații adiționale, dacă e necesar. 	40 min.	Studii de caz/ Activitate de grup
Extindere	<p>Sarcină: Alcătuiți lista de acte necesare pentru înregistrarea propriei idei de afaceri (sau a ideii de afaceri selectată de echipă).</p>	5 min.	

Anexe. Tema 1.3

ANEXA 1. STUDII DE CAZ

Studiu de caz 1

Ana, absolventă a școlii profesionale, prestează servicii de croitorie pentru persoane fizice de mai mult timp. După absolvirea școlii, Ana a decis să deschidă un atelier de croitorie. Motivația a venit de la numărul mare de solicitări din comunitate, precum și de la solicitarea unui antreprenor (Vasile) din localitatea vecină, care este interesat să colaboreze cu Ana. Vasile dorește să procure în fiecare lună câte 20 de rochii de mireasă. Oferta este foarte bună, doar că Vasile a pus condiția ca contractul să fie încheiat cu o persoană juridică și toate achitățile să fie făcute prin transfer. A venit timpul ca afacerea să fie înregistrată.

Ce formă organizatorico-juridică este posibilă pentru ca Ana să înregistreze propria afacere?

Enumerați etapele de înregistrare a afacerii și actele necesare la fiecare etapă.

* Aici și în continuare se va face referire la: *Bazele antreprenoriatului. Sugestii pentru proiectarea lecțiilor*, Chișinău, 2013; *Bazele antreprenoriatului. Caiet de sarcini pentru elevi*, Chișinău, 2014.

Studiu de caz 2

Ana, absolventă a școlii profesionale, prestează servicii de croitorie pentru persoane fizice de când era pe băncile școlii. După absolvirea școlii, Ana a decis să deschidă un atelier de croitorie. Motivația a venit de la numărul mare de solicitări din comunitate, precum și de la solicitarea unui antreprenor (Vasile) din localitatea vecină, care era interesat să colaboreze cu Ana. Vasile voia să procure în fiecare lună câte 20 de rochii de mireasă. Oferta era foarte bună, doar că Vasile a pus condiția ca contractul să fie încheiat cu o persoană juridică și toate achitățile să fie făcute prin transfer. Ana a acceptat oferta comercială și a mers la Inspectoratul Fiscal, unde și-a oficializat activitatea prin înregistrarea unei societăți cu răspundere limitată/ obținerea patentei de întreprinzător. A trecut un an, Ana nu mai reușea să facă față comenzilor din comunitate lucrând de una singură și a decis să o angajeze pe una dintre cunoștințele sale, Maria, care a absolvit școala profesională cu un an mai târziu. Ana a încheiat un contract de muncă cu Maria. Aceasta nu era la fel de bună în meserie și au fost câteva cazuri în care clienții au întors nemulțumiți rochiile și au cerut banii înapoi. Colaborarea lor s-a terminat cu o ceartă – Ana a concediat-o pe Maria, iar Maria a plecat supărată.

După 3 luni, Ana a primit o citație. Maria a inițiat un proces de judecată. Se plângea că Ana nu a avut niciun drept să o concedieze în felul în care a făcut-o.

Cum credeți, cine va câștiga procesul judiciar? Argumentați-vă opinia.



Studiu de caz 3

Vasile, împreună cu colegul său de școală Ion au decis să producă și să comercializeze scaune. Ambii au absolvit școala profesională și mănuiesc cu dibăcie instrumentele de prelucrare a lemnului, iar Vasile se pricepe bine și la tehnici de sudură, întrucât a însușit aceste deprinderi de la tata. Primele scaune produse de băieți au fost cumpărate de vecini și tot mai multe solicitări veneau de la diverși oameni din regiune/ localitate. Ion are în proprietate un garaj mare, care a fost transformat de băieți într-un adevărat atelier de prelucrare a lemnului. Prietena lui Vasile, Doina, căreia îi plăcea mult să picteze, a venit cu propunerea de a face un model de scaune cu design mai deosebit, oferindu-se să le picteze ea însăși. A venit timpul să înregistreze afacerea.

Enumerați etapele de înregistrare a afacerii și actele necesare la fiecare etapă.

Sub ce formă organizatorico-juridică poate fi înregistrată o asemenea afacere?

Studiu de caz 4

Vasile împreună cu colegul său de școală Ion au decis să producă și să comercializeze scaune. Ambii au absolvit școala profesională și mănuiesc cu dibăcie instrumentele de prelucrare a lemnului, iar Vasile se pricepe bine și la tehnici de sudură, întrucât a însușit aceste deprinderi de la tata. Primele scaune produse de băieți au fost cumpărate de vecini și tot mai multe solicitări veneau de la oamenii din regiune. Ion are în proprietate un garaj mare, care a fost transformat de băieți într-un adevărat atelier de prelucrare a lemnului. Prietena lui Vasile, Doina, căreia îi place mult să picteze, a venit cu propunerea de a face un model de scaune cu design mai deosebit și s-a oferit ea însăși să le picteze.

În scurt timp, echipa a înregistrat o societate cu răspundere limitată (SRL), „Scaunul perfect”, pentru a dezvolta afacerea în continuare.

Au trecut doar trei luni și afacerea a început să se dezvolte vertiginos. Numărul în creștere al comenzilor i-a ajutat să aibă venituri suficiente ca să procure echipament. O rudă a Doinei, care avea un magazin de mobilă, le-a propus să vândă scaunele în magazinul său.



Din păcate, echipa nu a reușit să angajeze un contabil, fiind mai mult preocupată de producere, dar aveau o mapă în care colectau toate facturile și un jurnal în care notau toate cheltuielile. După un an de activitate, au primit o scrisoare de la Inspectoratul Fiscal, prin care erau avertizați ca nu au plătit impozitele pentru anul precedent.

Ce greșeli au comis antreprenorii? Ce le-ați recomanda?

Studiu de caz 5

Gheorghe, absolvent al unui colegiu, a aflat din internet despre posibilitatea de a crește căpșune în seră. A descoperit că există un soi care rodește în seră de trei ori pe an. Părinții lui Gheorghe se ocupă de mai mulți ani de creșterea legumelor în seră și l-au ajutat cu estimarea cheltuielilor necesare pentru construcția unei sere.

Calculând cheltuielile pentru seră și materia primă necesară, el a ajuns la concluzia că ideea de a crește căpșune în Moldova ar fi una profitabilă.

Părinții îi oferă pământ, dar, din păcate, îl pot ajuta financiar doar cu 3 000 de lei, ceea ce este insuficient pentru construcția unei sere.

Ce poate face Gheorghe pentru a iniția această afacere?

Cine și cum îl poate ajuta?



TEMA 1.4

Antreprenoriatul în Republica Moldova și rolul acestuia în economia țării

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să analizeze sectorul IMM-urilor în Republica Moldova;
- să explice rolul IMM-urilor în economia Republicii Moldova;
- să selecteze programe relevante de susținere a propriei idei de afacere sau a ideii grupului.

Metode și tehnici de învățare: graffiti, miniprelegere, sarcină algoritmată, graficul SWOT, studiu de caz, scriere reflexivă.

Forme de organizare a activității: de grup, frontal, individual.

Resurse didactice: caietul de sarcini pentru elevi, coli A3, markere, broșuri cu programe de susținere a IMM-urilor, site-ul www.finantare.gov.md.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	<p>– De ce acte este nevoie pentru a înregistra o afacere în baza ideii identificate?</p> <p>Elevii prezintă tema pentru acasă, apoi li se adresează o întrebare:</p> <p>– Cum credeți, ce s-ar întâmpla dacă s-ar înregistra toate afacerile gândite de voi. Ce impact ar avea aceasta asupra economiei RM?</p> <p>Distribuirea elevilor în 4 grupuri.</p> <p><i>Sarcină:</i> Notați pe posterul de pe masă răspunsul la întrebarea scrisă. Transmiteți posterul grupului din dreapta.</p> <p><i>Întrebări:</i></p> <p>– Care sunt trăsăturile caracteristice ale unui IMM?</p>	<p>10 min.</p> <p>15 min.</p>	<p>Graffiti / Activitate de grup</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – Ce sunt IMM-urile? – Care este rolul IMM-urilor în economia țării? – Cu ce probleme se confruntă IMM-urile? <p>Revizuirea posterelor. Prezentările grupurilor.</p>		
Realizarea sensului	<p>Profesorul le va explica elevilor despre IMM-uri și va accentua următoarele trăsături ale acestora:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ocupă peste 98% din totalul întreprinderilor pe țară; – oferă noi locuri de muncă; – sunt flexibile la cererea și oferta de pe piață; – stimulează concurența; – realizează transferuri esențiale în bugetul național; – o întreprindere mică poate constitui punctul perfect de pornire în lansarea unui nou produs sau serviciu; – întreprinderile mici pot prezenta avantaje față de cele mari atunci când se pune problema satisfacerii unor nevoi locale; – mulți consumatori sunt plictisiți de produsele realizate în serii mari și preferă produsele de serie mică sau unicate, realizate de întreprinderile mici. <p>Unele probleme cu care se confruntă IMM-urile:</p> <ul style="list-style-type: none"> – cultură antreprenorială slab dezvoltată; – acces redus la informație; – acces dificil la credite pentru afaceri mici și dobânzi ridicate; – infrastructură de suport slab dezvoltată; – cunoștințe manageriale insuficiente și experiență puțină în domeniul managementului; – administrare fiscală dură; – reglementări și birocrație excesivă etc. <p><i>Sarcină:</i> Completați unul dintre cadranele graficului SWOT, utilizând fișele de pe masă (<i>Anexa 1</i>):</p> <p>Grupul 1 – puncte forte; Grupul 2 – puncte slabe; Grupul 3 – oportunități; Grupul 4 – amenințări.</p> <p>Grupurile prezintă ideile și ceilalți, împreună cu profesorul, pot face completări.</p> <p><i>Sarcină:</i> Caracterizați două programe de susținere a IMM-urilor, folosind broșura „Oportunități de dezvoltare a antreprenoriatului în RM”, în conformitate cu următorul algoritm:</p> <ul style="list-style-type: none"> • denumirea programului; • organizația care oferă programul; • scopul programului; • cui îi este destinat programul; • contacte. <p style="text-align: center;">Prezentările elevilor.</p>	45 min.	<p>Miniprelegere „Sectorul întreprinderilor mici și mijlocii (IMM)”/ Activitate frontală</p> <p>Graficul SWOT/ Activitate de grup</p> <p>Sarcină algoritmică/ Activitate de grup</p>
Reflecție	<p><i>Sarcină:</i> Reflectați asupra propriei idei de afaceri și argumentați la care din programele de susținere a IMM-urilor puteți aplica.</p> <p><i>Întrebare:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Care este rolul IMM-urilor în economia Republicii Moldova? 	18 min.	<p>Discuție frontală</p> <p>Sciere reflexivă</p>
Extindere	<p>Informați-vă și identificați posibilități de colaborare, dezvoltare a activităților antreprenoriale la care vă gândiți, prin intermediul asociațiilor de business.</p>	2 min.	

Anexe. Tema 1.4

ANEXA 1. ANALIZA SWOT A SECTORULUI IMM

Puncte forte	Puncte slabe
<ul style="list-style-type: none"> • Bază legislativă pentru IMM-uri, creată și îmbunătățită continuu. • Proceduri simple pentru înregistrarea IMM-urilor. • Programe și mecanisme pentru sprijinirea IMM-urilor. • Sistem de telecomunicații bine dezvoltat, inclusiv acces la internet etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiență redusă a implementării bazei legislative. • Dezechilibrul dezvoltării IMM-urilor în profil teritorial. • Participarea slabă a antreprenorilor la programele de educație antreprenorială. • Capacitate financiară limitată. Infrastructură de suport în afaceri slab dezvoltate. • Nivel scăzut al culturii antreprenoriale și al formării profesionale etc.
Oportunități	Amenințări
<ul style="list-style-type: none"> • Programe de suport pentru inițierea afacerilor. • Vectorul proeuropean în dezvoltarea națională. • Dezvoltarea continuă a tehnologiilor și inovațiilor și a capacității de absorbție a acestora. • Programe de instruire în domeniul antreprenorial și al formării profesionale etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Migrarea semnificativă în rândul tinerilor. • Creșterea economiei tenebre. • Adaptarea lentă a sistemului educațional la cererea pieței forței de muncă. • Tendința de majorare a poverii fiscale. • Instabilitatea cadrului legislativ etc.

ANEXA 1A. ANALIZA SWOT A SECTORULUI IMM-URILOR

- Bază legislativă pentru IMM-uri creată și îmbunătățită continuu.
- Proceduri simple pentru înregistrarea IMM-urilor.
- Punerea în aplicare a strategiilor, programelor și a mecanismelor de stat pentru sprijinirea IMM-urilor.
- Atitudinea pozitivă/ negativă a populației față de antreprenori.
- Sistem de telecomunicații bine dezvoltat, inclusiv acces la internet etc.
- Dezechilibrul dezvoltării IMM-urilor în profil teritorial.
- Capacitate financiară limitată.
- Infrastructură de suport în afaceri slab dezvoltată.
- Nivel scăzut al culturii antreprenoriale și al formării profesionale etc.
- Creșterea atenției statului față de problemele și necesitățile sectorului IMM-urilor.
- Vectorul proeuropean în dezvoltarea națională.
- Dezvoltarea continuă a tehnologiilor și inovațiilor și a capacității de absorbție a acestora.
- Reformarea continuă a sistemului educațional în domeniul antreprenorial și al formării profesionale etc.
- Creșterea atenției statului față de problemele și necesitățile sectorului IMM-urilor.
- Migrarea semnificativă în rândul tinerilor.
- Creșterea economiei tenebre.
- Adaptarea lentă a sistemului educațional la cererea pieței forței de muncă.
- Participarea slabă a antreprenorilor la programele de educație antreprenorială.
- Tendința de majorare a poverii fiscale.
- Instabilitatea cadrului legislativ etc.

TEMA 1.5

Opțiuni de lansare a propriei afaceri

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice elevii vor fi capabili:

- să caracterizeze modalitățile de lansare și formele de organizare a unei afaceri;
- să identifice avantajele și dezavantajele modalităților de lansare a unei afaceri;
- să argumenteze forma organizatorico-juridică și modalitatea de lansare a propriei afaceri.

Metode și tehnici de învățare: termeni în avans, grafic conceptual, studiu de caz, problematizare.

Forme de organizare a activității: de grup, frontal și individual.

Resurse didactice: caietul de sarcini pentru elevi sau anexe multiplicat, coli A3, markere, dicționar economic sau fișe cu definiții.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	<p><i>Întrebare:</i></p> <p>– La ce programe de susținere a IMM-urilor puteți aplica și de ce?</p> <p>Elevii prezintă tema pentru acasă, apoi profesorul afișează pe tablă abrevierile: ÎI; SRL; SA; SNC; SC; GȚ.</p> <p><i>Întrebări:</i></p> <p>– Unde ați văzut aceste abrevieri și ce știți despre ele?</p> <p>– Ce semnifică toate aceste abrevieri?</p> <p>– Ce abrevieri se potrivesc ideilor voastre de afaceri?</p>	5 min. 5 min.	Discuție frontală Termeni în avans/ Activitate individuală
Realizarea sensului	<p><i>Sarcină:</i> Explicați abrevierile și concretizați esența lor cu ajutorul dicționarului economic.</p> <p>Abrevieri: ÎI; SRL; SA; SNC; SC; GȚ.</p> <p>Profesorul explică succint esența modalităților de lansare a unei afaceri.</p> <p>Elevii sunt repartizați în grupuri.</p> <p><i>Sarcină:</i> Identificați responsabilitățile antreprenorului în funcție de statutul său juridic (<i>Anexa 2</i> sau pag. 18 din caietul de sarcini) – fiecare echipă lucrează la o formă organizatorico-juridică.</p> <p>Prezentările echipelor.</p> <p><i>Sarcină:</i> Analizați studiul de caz și răspundeți la întrebările anexate (<i>Anexa 3</i> sau pag. 18 din caietul de sarcini).</p> <p>Prezentările echipelor.</p>	20 min. 20 min. 20 min.	Exercițiu/ Grafic conceptual/ GPP Grafic conceptual/ Activitate în echipe Studiu de caz/ Activitate în echipe
Reflecție	<p><i>Sarcină:</i> Completați rubricile „avantaje” și „dezavantaje” ale modalităților de lansare a unei afaceri, plasând în rubrici doar numerele acelor caracteristici pe care le considerați că se potrivesc (<i>Anexa 1</i> sau pag. 17 din caietul de sarcini).</p> <p>Prezentări frontale.</p> <p><i>Temă pentru acasă:</i> Determinați forma organizatorico-juridică pentru propria idee de afaceri și argumentați modalitățile de lansare a acesteia. Completați spațiile (<i>Anexa 4</i> sau pag. 19 din caietul de sarcini).</p>	20 min.	Problematizare/ Activitate individuală
Extindere	<p><i>Sarcină:</i> Realizați un interviu cu un antreprenor despre modalitatea de lansare a afacerii și selectarea formei de organizare juridică.</p>		

Anexe. Tema 1.5

ANEXA 1. MODALITĂȚI DE LANSARE A AFACERII

Modalități de lansare a afacerii	Avantaje	Dezavantaje	Caracteristici
Procurarea unei afaceri deja existente	<i>De exemplu: 15.</i>	<i>De exemplu: 16.</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Devii propriul tău șef. 2. Interval de timp mai îndelungat pentru lansarea produsului sau serviciului. 3. Libertate maximă de acțiune pentru întreprinzător. 4. Credibilitate redusă din partea clienților, furnizorilor. 5. Satisfacție personală. 6. Dificultăți în atragerea surselor de finanțare și credibilitate redusă din partea finanțatorilor. 7. Potențial nelimitat pentru câștig. 8. Lipsă de suport. 9. Investiție financiară inițială mai redusă. 10. Responsabilitate unică. 11. Provocare de a realiza propriul produs sau serviciu pe piață.
Lansarea unei afaceri de la „zero”			<ol style="list-style-type: none"> 12. Resurse limitate, în unele cazuri resurse și eforturi necesare subevaluate. 13. Oportunitate de a dezvolta propriile practici de afaceri etc. 14. Adesea, timp insuficient pentru marketing, necesitatea unor resurse adiționale etc. 15. Afacerea este deja creată și activează. 16. Afacerea poate avea o imagine sau situație anterioară nefavorabilă. 17. Posibilitate de a activa și a plăti salarii chiar din prima lună. 18. Valoarea afacerii poate fi dificil de determinat. 19. Reputația bună a întreprinderii și moștenirea situației anterioare favorabile. 20. Activele pot fi supraevaluate. 21. Echipamente și utilaje deja existente și angajați instruiți. 22. Sentiment redus al satisfacției personale de la crearea și consolidarea afacerii proprii.
Contractul de franciză			<ol style="list-style-type: none"> 23. Posibilitatea planificării în baza unor date reale. 24. Probabilitatea moștenirii angajaților care nu împărtășesc altă viziune și pot opune rezistență la orice schimbare. 25. Oportunitate semnificativă de cercetare, pentru a identifica și evalua viabilitatea afacerii. 26. Modificarea sau schimbarea practicilor anterioare de afaceri poate duce la anumite pierderi ale clienților firmei. 27. Preluarea unei afaceri viabile. 28. Posibilitatea de a accesa mai ușor finanțarea. 29. Costuri înalte pentru francize și alte taxe.

			<p>30. Investiția inițială mai redusă ar putea spori posibilitatea de obținere mai rapidă a profitului.</p> <p>31. Inflexibilitate din cauza restricțiilor sau a numelui comercial impus de francizor.</p> <p>32. Imagine foarte bună și acces la publicitate.</p> <p>33. Libertate redusă în organizarea și dezvoltarea afacerii.</p> <p>34. Folosirea unei mărci comerciale cunoscute.</p> <p>35. Dificultăți la vânzarea francizei.</p> <p>36. Acces la instruire de calitate.</p> <p>37. Existența unor riscuri specifice.</p> <p>38. Asistență tehnică și managerială.</p>
--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ANEXA 2. FORME ORGANIZATORICO-JURIDICE

Forma organizatorico-juridică	Statutul juridic (bifați)	Responsabilitatea antreprenorului
Gospodărie țărănească (GȚ)	<i>Antreprenor – persoană: fizică; juridică.</i>	<i>De exemplu: prin averea antreprenorului</i>
Societate cu răspundere limitată (SRL)	<i>Antreprenor – persoană: fizică; juridică.</i>	
Întreprindere individuală (ÎI)	<i>Antreprenor – persoană: fizică; juridică.</i>	
Societate în nume colectiv (SNC)	<i>Antreprenor – persoană: fizică; juridică.</i>	

ANEXA 2A. FORMELE ORGANIZATORICO-JURIDICE ALE ANTREPRENORIATULUI ȘI PARTICULARITĂȚILE LOR

În Republica Moldova înregistrarea oficială a unei activități antreprenoriale se efectuează conform *Legii privind înregistrarea de stat a persoanelor juridice și a întreprinzătorilor individuali nr. 220-XVI din 19.10.2007.*

I. Întreprinderea individuală (ÎI) este o formă de desfășurare a activității de întreprinzător în mod individual, în numele și pe riscul propriu. În agricultură activitatea individuală de întreprinzător se desfășoară sub formă de gospodărie țărănească (de fermieri). Dacă se alege această formă, trebuie să se țină cont de faptul că denumirea întreprinderii va include obligatoriu numele de familie al antreprenorului – de exemplu, dacă vă numiți Ion Curajos, denumirea întreprinderii dvs. va fi *ÎI „Curajos Ion”*. Se recomandă alegerea formei organizatorico-juridice date în cazul în care se anticipă venituri relativ mici, reducând astfel și gradul de risc. Deoarece patrimoniul întreprinderii individuale este indispensabil de bunurile personale ale întreprinzătorului, în caz că alegeți forma dată, veți purta răspunderea nelimitată pentru obligațiile acesteia cu întreg patrimoniul personal.

II. Societatea cu răspundere limitată (SRL) puteți să o fondați singuri sau împreună cu mai multe persoane, numărul maximal de asociați fiind de 50 de persoane. Capitalul social minim necesar pentru înregistrarea societății cu răspundere limitată este de 5 400 lei.

Avantaje: *formalitățile pentru întemeiere sunt puține; cheltuielile pentru înregistrare sunt relativ reduse; statutul legal este bine definit; riscuri financiare mai mici; conducere relativ simplă; răspunderea asociaților este limitată.*

Dezavantaje: *existența obligatorie a capitalului social; posibilitatea apariției unor conflicte între asociați, ce pot duce la lichidarea societății; alegerea statutului juridic.*

III. Societatea în nume colectiv (SNC) reprezintă o societate comercială creată prin încheierea unui contract între persoane fizice sau între persoane fizice și juridice în scopul desfășurării în comun a activității de antreprenorat. Numărul asociaților societății în nume colectiv nu poate fi mai mic de 2 și mai mare de 20 (persoane fizice sau juridice). Denumirea societății în nume colectiv trebuie să includă sintagma în limba de stat „societate în nume colectiv” sau abrevierea „SNC”, urmată de numele sau denumirea asociaților. Denumirea societății trebuie să conțină numele sau denumirea tuturor asociaților ori numele sau denumirea a cel puțin unuia dintre asociați și sintagma în limba de stat „și compania” sau abrevierea „și Co”. Asociații societății în nume colectiv poartă răspundere pentru obligațiile acesteia, atât prin cotele de participare, cât și prin toată averea lor personală în mod solidar, adică colectiv, și fiecare asociat în parte. În cazul reorganizării societății în nume colectiv în societate pe acțiuni, în societate cu răspundere limitată sau în cooperativă, asociații continuă, pe un termen de 3 ani, să răspundă solidar și nelimitat pentru obligațiile asumate până la reorganizare.

Avantajele alegerii formei de organizare societate în nume colectiv sunt: *formalitățile puține pentru constituirea societății; cheltuielile reduse pentru înregistrare; lipsa unei prevederi legale în legătură cu mărimea minimă a capitalului social.*

În același timp, forma dată **nu este recomandată începătorilor**, deoarece este necesară încrederea deplină între parteneri, ca urmare a faptului că fiecare partener este responsabil pentru datoriile societății, chiar dacă acestea sunt cauzate de alt partener.

IV. Patenta de întreprinzător este un certificat de stat nominativ, ce atestă dreptul de a desfășura genul de activitate de întreprinzător indicat în ea în decursul unei anumite perioade de timp. *Legea cu privire la patenta de întreprinzător nr. 93-XIV din 15.07.1998.*

În această lege găsești informație referitoare la modul de eliberare a patentei, valabilitatea patentei, taxa și modul de achitare a patentei de întreprinzător.

Titular (deținător) al patentei de întreprinzător poate fi orice cetățean al Republicii Moldova cu capacitate de exercițiu (care a împlinit vârsta de 18 ani), orice cetățean străin sau apatrid (persoană care nu are nici cetățenia Republicii Moldova și nici cetățenia unui alt stat), care locuiește permanent în Republica Moldova și are dreptul să desfășoare activitate de întreprinzător, care a declarat despre intenția sa de a procura patenta și corespunde cerințelor de calificare necesare acestui gen de activitate (art. 2 al *Legii cu privire la patenta de întreprinzător nr. 93-XIV din 15.07.1998*). În cazul desfășurării activității de întreprinzător în bază de patentă, înregistrarea de stat și primirea licenței de deținătorul patentei nu este necesară (art. 3 alin. (3) al *Legii cu privire la patenta de întreprinzător nr. 93-XIV din 15.07.1998*). Întocmirea și prezentarea dărilor de seama financiare și statistice, ținerea evidenței contabile de deținătorul patentei de întreprinzător nu este necesară (art. 3 alin. (3) al *Legii cu privire la patenta de întreprinzător nr. 93-XIV din 15.07.1998*).

Deținătorul patentei de întreprinzător are următoarele obligații: a) să respecte ordinea stabilită de desfășurare a activității indicate în patentă, normele sanitare, normele de protecție contra incendiilor, să îndeplinească alte cerințe ce se referă la genul de activitate respectiv, iar pentru desfășurarea activităților ce țin de comerțul cu amănuntul la tarabe, teighele și din autovehicule în piețe și/sau în locuri autorizate de autoritatea administrației publice locale, să aibă documentele primare de proveniență a mărfii, după caz, factura de expediție, chitanța de percepere a taxei vamale sau actul de achiziție a mărfurilor; b) să desfășoare activitatea numai în locurile permise în aceste scopuri de autoritatea administrației publice locale; c) să respecte drepturile și interesele consumatorilor; d) să afișeze patenta sau copia ei, autenticată de notar, într-un loc vizibil în spațiul în care își desfășoară activitatea de întreprinzător, iar în caz de necesitate să o prezinte la cererea organului de control sau a consumatorilor (art. 3 alin. (7) al *Legii cu privire la patenta de întreprinzător nr. 93-XIV din 15.07.1998*).

V. Gospodăria țărănească este o întreprindere individuală, bazată pe proprietate privată asupra terenurilor agricole și asupra altor bunuri, pe munca personală a membrilor unei familii (membri ai gospodăriei țărănești), având ca scop obținerea de produse agricole, prelucrarea lor primară, comercializarea cu preponderență a propriei producții agricole. Gospodăria țărănească se poate constitui și dintr-o singură persoană fizică. Numai gospodăriile țărănești pot desfășura activitate individuală de întreprinzător în agricultură. Gospodăria țărănească are statutul juridic de persoană fizică. Gospodăria țărănească nu poartă răspundere pentru obligațiile personale ale membrilor ei. Membrii gospodăriei țărănești poartă răspundere solidară nelimitată pentru obligațiile acesteia cu întreg patrimoniul lor, cu excepția bunurilor care, potrivit Codului de procedură civilă, nu fac obiectul urmăririi. Gospodăria țărănească este obligată:

- a)** să primească licențe, în conformitate cu legislația, în cazul practicării de activități pasibile de licențiere;
- b)** să asigure, conform legislației, protecția muncii membrilor gospodăriei și persoanelor care lucrează în bază de contract;
- c)** să achite integral și la timp salariile angajaților, să plătească, în numele membrilor și al angajaților gospodăriei, contribuțiile de asigurări sociale de stat și să le acorde asistență socială;
- d)** să folosească terenurile la destinație;
- e)** să păstreze fertilitatea solului prin măsuri de protecție, să aplice tehnologii care ocrotesc natura;
- f)** să acorde, în modul stabilit de legislație, servitute în terenurile pe care le deține;
- g)** să nu încalce drepturile proprietarilor și ale beneficiarilor funciari vecini;
- h)** să respecte standardele, cerințele ecologice și sanitaro-veterinare, alte cerințe, prevăzute de legislație, privind calitatea producției comercializabile;
- i)** să îndeplinească integral și la timp obligațiile fiscale;
- j)** să îndeplinească alte obligații prevăzute de lege.

Legea privind gospodăriile țărănești (de fermier) nr. 1353-XIV din 03.11.2000

ANEXA 3

Studiu de caz



De mulți ani, Vasile Plămădeală lucrează cizmar la o casă de servicii sociale din orașul natal. În sfârșit, el a decis să devină antreprenor, lansând propria afacere. Astfel, Vasile a decis să deschidă o gheretă în satul său de baștină, în care să presteze servicii de reparație a încălțămintei.

Nefiind bine informat în ceea ce privește formele organizatorico-juridice ale afacerii, Vasile a cerut sfatul prietenilor săi, care i-au recomandat să-și înregistreze afacerea sub formă de întreprindere individuală (ÎI) sau societate cu răspundere limitată (SRL).

Sarcini:

- Ajutați-l pe Vasile Plămădeală să aleagă cea mai potrivită formă organizatorico-juridică pentru afacerea sa, evidențiind avantajele/ dezavantajele pentru fiecare dintre formele de înregistrare recomandate.
- Ajutați-l pe Vasile să aleagă o denumire corectă și adecvată pentru înregistrarea propriei afaceri.

1. Forma organizatorico-juridică a afacerii lui Vasile

Avantaje ÎI	Dezavantaje ÎI

Avantaje SRL	Dezavantaje SRL

Consider că cea mai potrivită formă organizatorico-juridică pentru afacerea lui Vasile ar fi _____, deoarece

2. Denumirea potrivită în cazul formei organizatorico-juridice de _____

ar fi următoarea: _____, deoarece

ANEXA 4. AFACEREA MEA

Ideea mea de afaceri	Modalitatea de lansare	Forma organizatorico-juridică a afacerii

Am ales această modalitate de lansare a afacerii, deoarece

Am optat pentru forma organizatorico-juridică respectivă, deoarece

Chiar dacă nu m-am gândit la acest lucru până acum, datorită materiei studiate în cadrul acestei teme, mi-am dat seama că toate modalitățile de lansare a afacerii au o serie de dezavantaje. Principalul dezavantaj al modalității de lansare a afacerii ales de mine este

Consider că dezavantajul respectiv poate fi depășit în felul următor:

TEMA 1.6

Impozitele plătite de antreprenori

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să explice termenii specifici domeniului „Impozitarea activității antreprenoriale”;
- să analizeze idei de afaceri din perspectivă fiscală;
- să aprecieze rolul respectării legislației privind activitatea fiscală a antreprenorului.

Metode și tehnici de învățare: studiu de caz (cu secvențe contradictorii), prelegere interactivă, studiu de caz (cu joc de rol).

Forme de organizare a activității: de grup, individual, frontal.

Resurse didactice: zece coli A3, markere pentru fiecare grup, studii de caz pentru fiecare echipă.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	Câțiva elevi prezintă tema pentru acasă: ideea de afacere, modalitatea de lansare, forma organizatorico-juridică și explicarea acestora. <i>Întrebare:</i> – Imaginați-vă că deja activați în domeniu. Ce taxe, impozite sau alte tipuri de cheltuieli cunoașteți? Urmează distribuirea în grupuri, apoi împărțirea studiului de caz și a secvențelor contradictorii. <i>Sarcină:</i> Identificați definiția corectă pentru fiecare termen și suma în baza studiului de caz: impozite; taxe; impozite generale; impozite locale; asigurare socială; persoană fizică; persoană juridică; venit; profit. Prezentări ale grupurilor.	10 min. 10 min.	Discuție ghidată Studiu de caz Secvențe contradictorii/ Activitate de grup
Realizarea sensului	Prezentarea/ explicarea termenilor în baza studiului de caz. – Ce este <i>venitul</i> ? (Profesorul colectează 2-3 răspunsuri de la elevi, apoi face un rezumat și definește termenul – desenează, prin intermediul cercurilor, raportul dintre sumele de bani reprezentate de fiecare termen – <i>schema din anexă</i> .) – Care sunt veniturile unei întreprinderi în meseria învățată? – Care sunt costurile/ cheltuielile? Care sunt cheltuielile în meseria învățată? – Ce este profitul? Ce este impozitul? Cine plătește impozite? Pentru ce sunt folosite impozitele? – Ce sunt taxele? Cine plătește taxele? Pentru ce sunt folosite taxele? Profesorul explică pe scurt ce este fondul de salarii și modul de achitare a taxelor și impozitului la salarii (pentru o estimare rapidă a fondului de salarii, profesorul poate recomanda ca salariul net să fie înmulțit cu 2).	25 min.	Prelegere interactivă/ Activitate frontală
Reflecție	Profesorul le distribuie elevilor diverse roluri (antreprenori, pensionari, medici, elevi, profesori, funcționari de stat, colaboratori ai inspectoratului fiscal). <i>Sarcină:</i> Prezențați din perspectiva rolului pe care îl aveți răspunsul la întrebarea: De ce trebuie să plătim/ să nu plătim impozite? Prezentări.	44 min.	Joc de rol/ Activitate de grup
Extindere	• Acasă, estimați cheltuielile necesare pentru fondul de salarii, impozite și taxe pentru propria idee de afaceri (sau ideea de afaceri selectată de echipă).	1 min.	

Anexe. Tema 1.6

ANEXA 1. EXPLICAREA TERMENILOR, NOȚIUNILOR

Termenul	Explicația
Venit	Totalitatea veniturilor încasate din activitățile întreprinderii. (Venit din vânzări + alte venituri operaționale.)
Cheltuieli	Totalitatea cheltuielilor directe făcute pentru realizarea activităților de bază ale întreprinderii, costul mărfurilor, produselor vândute, serviciilor prestate.
Profit	Venit din vânzări minus cheltuieli.
Impozit pe venit	Plată obligatorie, stabilită prin lege, pe care cetățenii, întreprinderile etc. o varsă din venitul lor în bugetul statului, în conformitate cu anumite norme de impunere; contribuție.
Taxă	Plată efectuată în favoarea bugetului de stat de diferite persoane fizice sau juridice în cazul când acestea se bucură de anumite servicii sau drepturi. Sumă de bani care se plătește unei instituții în schimbul unor servicii prestate sau al anumitor drepturi.
Impozite și taxe generale	În Republica Moldova sistemul impozitelor și taxelor generale de stat include: a) impozitul pe venit; b) taxa pe valoarea adăugată; c) accizele; d) impozitul privat; e) taxa vamală; f) taxele rutiere.
Impozite locale	Impozitele locale sunt datorate bugetelor locale de persoanele fizice și juridice care, prin ceea ce dețin sau ceea ce prestează, intră sub incidența prevederilor locale privind impunerea. Contribuabilii persoane fizice sunt reprezentați de: persoanele fizice; persoanele fizice care desfășoară activități economice în baza liberei inițiative (asociații familiale, asociații agricole etc. care nu dau naștere unei persoane juridice); persoanele fizice care exercită în mod individual sau prin asociere orice profesie liberală (medic, notar, avocat etc.).
Persoană fizică	Persoanele fizice sunt oamenii, membri ai societății, care apar în raporturile juridice ca entități proprii și distincte, indiferent că au calitatea de cetățeni sau străini (persoane cu altă cetățenie sau fără cetățenie). <i>Persoană fizică:</i> a) cetățean al Republicii Moldova, cetățean străin, apatrid; b) forma organizatorică cu statut de persoană fizică, potrivit legislației, inclusiv întreprinzătorul individual, gospodăria țărănească (de fermier), dacă prezentul cod nu prevede altfel.
Persoană juridică	Colectivitate de persoane fizice, cu calitate de subiect distinct, de drept bucurându-se de o organizare de sine stătătoare și de un patrimoniu propriu, îndreptat spre realizarea unui anumit scop. <i>Persoană juridică:</i> orice societate comercială, cooperativă, întreprindere, instituție, fundație, asociație, inclusiv creată cu participarea unei persoane străine, și alte organizații, cu excepția subdiviziunilor organizațiilor nominalizate ce nu dispun de patrimoniu autonom și a formelor organizatorice cu statut de persoană fizică, potrivit legislației.

TEMA 1.7

Evaluare sumativă la modulul I:
Târgul ideilor de afaceri**Timp:** 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să prezinte idei de afaceri în baza unui algoritm cunoscut;
- să evalueze idei de afaceri din perspective multiple;
- să manifeste disponibilitatea pentru dezvoltarea propriei idei de afaceri.

Metode și tehnici de învățare: rubrici, joc de rol, GPP.**Forme de organizare a activității:** perechi, individual, frontal.**Resurse didactice:** rubrici multiplicat, fișe mici.

Etapele activității	Demers acțional	Timp	Tehnologie didactică
Evocare	<p>1. Profesorul discută cu elevii încă o dată despre evaluarea ideii de afaceri și revin la rubricile prezentate la prima lecție.</p> <p>2. Elevii primesc sarcina de a-și autoevalua, în baza rubricilor, propria idee de afaceri și a interveni cu completări, modificări, dacă este necesar.</p>	2 min. 3 min.	Rubrici
Realizarea sensului	<p>Fiecare elev are 3 min. pentru a prezenta ideea proprie de afaceri.</p> <p>Din timp, toți elevii primesc câte 5 fișe pe care, individual, vor scrie numele a 5 colegi ale căror idei le-au plăcut cel mai mult, iar pe verso vor scrie de ce sau ce anume le-a plăcut.</p>	70 min.	Argumente pe cartele
Reflecție	<p>Profesorul organizează o discuție frontală despre aspectele apreciate de elevi, apoi colectează de la ei toate fișele.</p>	5 min.	Discuție frontală
Extindere	<p><i>Sarcini:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Timp de 2-3 minute, realizați individual un text, continuând propoziția: „Voi dezvolta/ Nu voi dezvolta ideea de afaceri prezentată, deoarece...”. • Prezentați-i textul colegului. • Profesorul ascultă frontal 3-4 texte. <p>În timp ce elevii scriu, profesorul identifică 7-10 idei de afaceri care au fost mai apreciate de elevi.</p> <p>Apoi prezintă rezultatele, adică ideile care au fost cele mai „cumpărate” la Târg.</p> <p>Elevii sunt anunțați că pot participa la Târgul ideilor de afaceri, organizat la nivel de instituție, și prezintă succint cerințele.</p> <p>La sfârșitul orei, profesorul adună prezentările în scris ale ideilor de afaceri pentru a le evalua și a pune note.</p> <p>* 7-10 elevi ale căror idei au adunat cele mai multe fișe pot primi câte un punct suplimentar la nota pusă de profesor.</p>	10 min.	<p>Scriere liberă</p> <p>GPP</p> <p>* La decizia profesorului</p>

Modulul

II

ELEMENTE DE MANAGEMENT ȘI GESTIONAREA RISCURILOR

16 ore (4 ore de activitate individuală)



DESCRIERE GENERALĂ:

Modulul dat este conceput pentru a le oferi elevilor o imagine de ansamblu privind elementele managementului unei afaceri. Elevii vor fi informați despre funcțiile de bază ale managementului: planificarea, organizarea, motivarea, coordonarea și controlul. Aspectele teoretice vor fi abordate din perspectiva unei afaceri micro, în baza studiilor de caz.

Elevii vor avea posibilitatea să mediteze asupra unor elemente de bază din managementul resurselor umane: angajarea personalului, salarizarea și importanța utilizării unor instrumente de motivare nonfinanciară.

Un obiectiv specific al modulului presupune dezvoltarea abilităților de identificare a riscurilor și de elaborare a metodelor de evitare sau de minimalizare a acestora. În cadrul modulului se vor studia și greșelile tipice pe care le comit antreprenorii în procesul de gestiune a afacerii.

Competența dezvoltată în cadrul modulului II: Competența de a organiza o activitate cu caracter antreprenorial.

Pentru dezvoltarea acestei competențe, sunt elaborate următoarele finalități modulare:

- *Argumentează importanța managementului în gestionarea unei afaceri.*
- *Identifică personalul necesar la etapa de inițiere a afacerii.*
- *Utilizează metode de recrutare, selectare și motivare a personalului.*
- *Determină indicatorii de evaluare a muncii angajaților.*
- *Analizează riscurile unei afaceri și modalitățile de minimalizare a lor.*

În cadrul modulului II elevii sunt antrenați în activități care vor crea condiții favorabile pentru înțelegerea faptului că un management organizat conștient și în baza științei este mult mai eficient în comparație cu cel intuitiv. Activitățile modulului creează baza pentru construirea viziunii specifice și concrete privind organizarea propriei afaceri. Informații și experiențe noi, dezvoltate în cadrul modulului, sunt utile și pentru un angajat, deoarece contribuie la înțelegerea mai profundă a aspectelor legate de salarizare, de disciplină muncii și evaluarea personalului.

ASPECTE METODOLOGICE PRIVIND EVALUAREA

În cadrul modulului II, se va evalua competența de a organiza o activitate cu caracter antreprenorial. Evaluarea formativă se va aplica la fiecare lecție. Pentru aceasta, elevii vor realiza sarcini concrete care vor finaliza cu elaborarea unui produs ce poate fi evaluat și apreciat cu notă. La ultima lecție, elevii vor prezenta toate produsele elaborate. Produsele sunt supuse autoevaluării, evaluării reciproce și evaluării din partea profesorului. Utilizarea acestor trei evaluări contribuie la dezvoltarea capacităților de reflecție, oferă posibilitatea de a vedea perspective noi în elaborarea *Planului de afaceri* – produsul final în cadrul cursului „Bazele antreprenoriului”.

Prezentăm, în tabelul ce urmează, subiectele abordate și tema pentru acasă, adică produsul elaborat care poate fi evaluat de profesor.

Nr. temei	Tema lecției	Nr. de ore	Produsul/ Tema pentru acasă
2.1	Aspecte generale privind gestionarea unei afaceri	2 ore	Alcătuieți planul de implementare a unei idei de afaceri (cel puțin 3 obiective, cel puțin câte 2 activități pentru fiecare obiectiv).
2.2	Organizarea și coordonarea unei activități antreprenoriale	2 ore	Descrieți etapele producerii/ prestării de servicii pentru ideea personală, numărul de angajați estimat, sarcinile specifice ale fiecărui post elaborate și organigrama desenată.
2.3*	Organizarea și coordonarea unei activități antreprenoriale (Selectarea angajaților și contractul de muncă)	2 ore	Elaborați lista de sarcini (fișe-post) pentru angajat/ angajați. Faceți lista cerințelor care urmează să fie incluse în mod obligatoriu în contractul de angajare.
2.4	Rolul salariului în sistemul motivațional	2 ore	Determinați salariile pentru angajat/ angajați și fondul de salariu pentru propria idee de afacere.
2.5	Motivarea angajaților	2 ore	Descrieți cel puțin 3 modalități de motivare a angajaților care pot fi implementate în afacerea proprie.
2.6	Controlul calității	2 ore	Descrieți cel puțin 3 indicatori ai calității produsului/ serviciului din afacerea voastră. Descrieți cel puțin 3 acțiuni care pot asigura calitatea produsului/ serviciului.
2.7	Riscurile în activitatea de antreprenariat și gestionarea acestora	2 ore	Identificați 2-3 riscuri relevante pentru afacerea dumneavoastră. Propuneți câte cel puțin 2 activități pentru diminuarea acestor riscuri.
2.8	Lecție de evaluare sumativă	2 ore	

După cum am menționat anterior, la ultima activitate/ lecție va fi realizată evaluarea sumativă în baza indicatorilor prezentați în continuare:

RUBRICI PENTRU EVALUAREA PRODUSELOR ELABORATE ÎN CADRUL MODULULUI II

Produsul evaluat	Niveluri		
	Minim (nota 5-6)	Mediu (nota 7-8)	Înalt (nota 9-10)
Planul de implementare a unei idei de afaceri	Sunt formulate 2 obiective, 3 activități. Este indicată perioada de realizare, lipsesc persoanele responsabile.	Sunt formulate 3 obiective, cel puțin o activitate pentru fiecare obiectiv; este clară perioada de realizare; sunt numite persoanele responsabile.	Sunt formulate cel puțin 3 obiective, cel puțin câte 2 activități pentru fiecare obiectiv, este clară perioada de realizare; sunt numite persoanele responsabile.
Descrierea etapelor producerii/ pestării de servicii pentru ideea de afacere personală, numărul de angajați estimat, sarcinile specifice ale fiecărui post elaborate și organigrama desenată.	Etapetele sunt descrise, numărul de persoane este estimat. Lipsesc descrierea sarcinilor și organigrama sau organigrama nu este relevantă.	Lipsește descrierea sarcinilor pentru fiecare post, organigrama este neclară.	Toate cerințele sunt realizate.
Lista de sarcini (fișe-post) pentru angajații afacerii este elaborată. Lista cerințelor necesare incluse în contractul de angajare este elaborată.	Listele de sarcini și cerințe sunt elaborate, toate sunt însă generale.	Sunt completate listele de sarcini și cerințe. Unele dintre ele nu sunt specifice.	Sunt completate listele de sarcini pentru fiecare post. Acestea sunt clare și specifice.
Fondul de salariu pentru propria idee de afacere este determinat.	Fondul de salariu este estimat intuitiv, fără aplicarea formulelor.	Fondul de salariu este estimat, sunt greșeli în aplicarea formulei.	Fondul de salariu este estimat conform cerințelor legale.
Descrierea modalităților de motivare nonfinanciară a angajaților în afacerea proprie.	Describe 2 modalități de motivare nonfinanciară a angajaților.	Describe 3-4 modalități de motivare nonfinanciară a angajaților. Una dintre acestea este mai puțin relevantă.	Describe cel puțin 5 modalități de motivare nonfinanciară a angajaților. Toate sunt relevante pentru afacere.
Descrierea indicatorilor calității produsului/ serviciului din afacerea dorită. Descrierea acțiunilor care asigură calitatea produsului/ serviciului.	Describe 1-2 indicatori ai calității produsului/ serviciului. Describe 1-2 acțiuni care pot asigura calitatea produsului/ serviciului.	Describe cel puțin 3 indicatori ai calității produsului/ serviciului. Describe 2-3 acțiuni care pot asigura calitatea produsului/ serviciului.	Describe 5 sau mai mulți indicatori ai calității produsului/ serviciului. Describe mai mult de 3 acțiuni care pot asigura calitatea produsului/ serviciului.
Identificarea riscurilor relevante pentru afacere. Planul de activități pentru diminuarea acestor riscuri.	Identifică 1-2 riscuri care sunt relevante pentru afacere. Propune 1-2 activități pentru diminuarea acestor riscuri.	Identifică nu mai puțin de 3 riscuri relevante pentru afacere. Propune 2-3 activități pentru diminuarea acestor riscuri.	Identifică mai mult de 3 riscuri relevante pentru afacere. Propune cel puțin câte 2 activități pentru diminuarea acestor riscuri.

TEMA 2.1

care lecție în timp ce elevii prezintă și analizează produsele elaborate.

Aspecte generale privind gestionarea unei afaceri

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să explice conceptul de management al afacerii din diverse perspective;
- să caracterizeze procesul de gestionare și planificare a unei activități antreprenoriale;
- să aprecieze importanța planificării în gestionarea propriei afaceri.

Metode și tehnici de învățare: termeni în avans, proiect de grup, prelegere interactivă, exercițiu, secvențe contradictorii, studiu de caz, problematizare.

Forme de organizare a activității: în grupuri mici (3-5), individual, frontal.

Resurse didactice: markere pentru fiecare grup, postere, proiector digital, notebook, studiul de caz (4 exemplare), lista cu termeni (4 exemplare), șevalet rotafoliu (*flip-chart*), markere pentru fiecare grup, 5 tabele „Funcții manageriale” necompletate, 5 plicuri cu setul de elemente decupate (*Anexa 1*); caietul elevului.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	<p>Profesorul formează 5 grupuri de elevi. Fiecare grup primește un poster pe care este notată una dintre funcțiile managementului:</p> <p>Grupul 1 – <i>Planificare</i>; Grupul 2 – <i>Organizare</i>; Grupul 3 – <i>Motivare</i>; Grupul 4 – <i>Coordonare</i>; Grupul 5 – <i>Control</i>.</p> <p><i>Sarcină:</i> Timp de 5 minute, descrieți cel puțin 3 acțiuni ale unui conducător al afacerii, care, în opinia voastră, corespund termenului scris pe poster.</p> <p>Când expiră timpul acordat, elevii prezintă postere cu descrierea activităților deduse (câte un reprezentant de la fiecare grup). În cazul dacă unele acțiuni identificate de elevi se repetă la diferite grupuri, profesorul solicită argumente, astfel motivându-i să afle sensul științific al termenilor.</p> <p>După prezentarea tuturor ideilor, profesorul descrie succint specificul modulului II, finalitățile așteptate și procedura de evaluare la finalul modulului.</p> <p>Este anunțată tema lecției: <i>Aspecte generale privind gestionarea unei afaceri</i>.</p>	15 min.	<p>Termeni în avans</p> <p>Activitate în grupuri mici</p> <p>Prezentarea frontală</p>
Realizarea sensului	<p>Activitatea 1. Miniprelegere „Noțiuni generale de management”. Pentru a spori eficiența activității, sugerăm utilizarea prezentării electronice, care accentuează aspectele importante. În descrierea funcțiilor manageriale, profesorul se referă la posterele elaborate de elevi la începutul lecției.</p>	15 min.	Prezentarea interactivă

	<p>Activitatea 2. Elevii vor lucra în 5 echipe. Fiecare echipă primește un tabel după modelul din <i>Anexa 1</i> – fără text (explicarea funcției și întrebările) – și un plic cu secvențele tabelului decupate.</p> <p><i>Sarcină:</i> Restabiliți tabelul secționat și prezentați descrierea/ definiția funcțiilor manageriale și întrebările la care trebuie să răspundă antreprenorul planificându-și activitatea. Fixați secvențele în tabel cu ajutorul lipiciului.</p> <p><i>Varianta 1.</i> După realizarea sarcinii, elevii prezintă și compară rezultatele obținute. Reprezentantul echipei descrie o singură funcție. Elevii din alte echipe se expun dacă sunt de acord sau nu cu decizia colegilor. Următoarea funcție este prezentată de altă echipă.</p> <p><i>Varianta 2.</i> Elevii le transmit altor echipe tabelele cu secvențele fixate, pentru verificare (după acele ceasornicului). Echipele verifică tabelul și apreciază corectitudinea utilizând semnele: + (de acord), – (dezacord), ? (nu putem aprecia). După ce tabelele au făcut un cerc deplin și „au revenit” la autori, profesorul realizează discuția plenară pentru a răspunde la întrebări și corectează deciziile greșite.</p> <p>Activitatea 3. Elementele planului. Profesorul facilitează o discuție interactivă pentru a actualiza cunoștințele elevilor despre plan și elementele lui.</p> <p><i>Întrebări:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Prin ce diferă o activitate neplanificată de una planificată? – Ce planuri ați realizat sau realizați la moment? – Ce elemente trebuie să fie prezente într-un plan? – Care vor fi consecințele, dacă unul dintre aceste elemente lipsește? <p>Profesorul generalizează discuția și accentuează elementele esențiale ale planului – obiective, activități, perioada de realizare, responsabili.</p>	15 min.	Activitate în grupuri mici/ Secvențe contradictorii
Reflecție	<p>Studiu de caz</p> <p>Profesorul le propune elevilor să citească istoria afacerii Irinei Sandu (<i>Anexa 2</i>) și să realizeze 3 sarcini propuse. Elevii lucrează în echipe mici sau în perechi. Profesorul facilitează discuția privind rezultatele obținute după realizarea fiecărei sarcini.</p> <p><i>Sarcina 1.</i> Atribuiți activitățile descrise în corespundere cu funcțiile manageriale.</p> <p><i>Sarcina 2.</i> Ce s-ar întâmpla dacă Irina, în activitatea sa, ar neglija realizarea unor funcții?</p> <p><i>Sarcina 3.</i> În baza celor descrise, restabiliți în formă simplă planul pe care l-a avut doamna Irina Sandu în momentul când a inițiat o afacere. (Ce obiective a stabilit? Ce activități a planificat pentru realizarea obiectivelor? În ce perioadă?) Utilizați modelul prezentat în <i>Anexa 2</i>.</p>	25 min.	Studiu de caz
Extindere	Elaborați, după modelul planului restabilit la activitatea precedentă, un plan pentru ideea de afaceri personală. Planul trebuie să conțină cel puțin 3 obiective și cel puțin 2 activități pentru fiecare obiectiv.	5 min.	

Anexe. Tema 2.1

ANEXA 1. FUNCȚII MANAGERIALE

Funcții	Descriere/ definire	Întrebări la care trebuie să răspundă antreprenorii
Planificarea	Identificarea scopului și obiectivelor afacerii și găsirea modalității de a le realiza. Estimarea costurilor care vor fi suportate și evaluarea timpului necesar pentru atingerea scopului.	<ul style="list-style-type: none"> • Ce trebuie să se facă? • Care sunt termenii de realizare? • Unde trebuie să se facă? • Cine trebuie să facă? • Cum trebuie să se facă? • Care sunt resursele necesare?
Organizarea	Determinarea unor acțiuni pentru a atinge scopurile stabilite, divizarea acțiunilor pe sarcini și alocarea resurselor necesare.	<ul style="list-style-type: none"> • Cum se vor realiza obiectivele? • Ce pași concreți trebuie să fie realizați? • Ce resurse sunt necesare pentru realizarea acțiunilor?
Coordonarea	Repartizarea sarcinilor potrivite ca mărime și grad de dificultate pentru fiecare angajat, în așa fel încât afacerea să meargă fără probleme.	<ul style="list-style-type: none"> • Ce cunoștințe și abilități trebuie să fie utilizate în realizarea acțiunilor? • Cine va realiza acțiunile planificate? • Care va fi rolul specific al fiecărui angajat?
Motivarea	Încurajarea angajaților ca ei să lucreze mai eficient atât pentru dezvoltarea lor, cât și a afacerii.	<ul style="list-style-type: none"> • Care sunt necesitățile oamenilor implicați în realizarea sarcinilor stabilite? • Cum se pot satisface aceste necesități? • Cum se pot menține interesul și dorința oamenilor de a lucra calitativ?
Controlul	Supravegherea permanentă a operațiilor și a angajaților, pentru a asigura atingerea scopurilor.	<ul style="list-style-type: none"> • Care vor fi dovezile faptului că obiectivele stabilite au fost atinse? • În baza a ce se poate trage concluzia despre gradul de realizare a obiectivelor propuse? • Ce dificultăți apar în realizarea activităților? • Cum pot fi depășite dificultățile?

ANEXA 2

Studiu de caz

Studiați cazul dat și realizați sarcinile propuse după descrierea cazului.

Doamna Irina Sandu este proprietara unei brutării în satul său de baștină.

Irina a știut să găsească oportunitatea acolo unde toți vedeau doar o problemă. Până la acel moment, cele patru magazine alimentare, școala și două grădinițe din sat erau aprovizionate cu pâine proaspătă doar de două ori pe săptămână (luni și joi), din centrul raional. Irina a elaborat un plan de afaceri pentru o brutărie și a calculat minuțios totul.

Peste un an:

Brutăria activează și are succes. Pentru Irina, fiecare zi este o istorioară, care are început, conținut și sfârșit:

- Două persoane vin la ora 4 dimineața și pornesc (să încălzească) cuptoarele.
- Alte două persoane vin la serviciu la ora 5 să dea pâinea în cuptor.
- O persoană (hamalul) e prezentă la ora 6.30.

Irina a încheiat un contract cu SRL „Luci”, care în fiecare dimineață, la ora 7, îi oferă mașina pentru transportarea pâinii la cele patru magazine, la școală și la grădinițe. Are cinci angajați, care lunar sunt remunerați diferențiat, în funcție de orele de lucru, volumul și calitatea muncii, efortul depus. Irina cunoaște problemele și bucuriile fiecărui angajat și găsește momentul potrivit pentru a exprima mulțumiri pentru muncă cinstită și calitativă. Fiecare angajat știe însă că încălcarea regulilor de lucru va fi neapărat sancționată. Irina se bucură de stimă și respect atât din partea micului colectiv, cât și din partea sătenilor.

De obicei, în fiecare lună primește oferte suplimentare (*colaci, chifle, copturi*) pentru diverse ceremonii, ceea ce provoacă necesitatea de a modifica temporar sarcinile de lucru și de a le repartiza membrilor colectivului în alt mod.

Antreprenoarea verifică calitatea produselor singură și permanent solicită opinia clienților.

Sarcini:

Sarcina 1. Atribuiți activitățile descrise în corespundere cu funcțiile manageriale.

Sarcina 2. Ce s-ar întâmpla dacă Irina, în activitatea sa, ar neglija îndeplinirea unor funcții?

Sarcina 3. În baza celor descrise, restabiliți în formă simplă planul pe care l-a avut Irina Sandu în momentul când a inițiat afacerea. (Ce obiective a stabilit? Ce activități a planificat pentru realizarea obiectivelor? În ce perioada?)

Utilizați modelul de mai jos.

Obiectivele afacerii (cel puțin 3)

Activitățile (cel puțin 2 pentru fiecare obiectiv)	Perioada de realizare	Responsabili

TEMA 2.2

Organizarea și coordonarea unei activități antreprenoriale

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să identifice etapele de realizare a produsului/ serviciului pentru afacerea proprie;
- să estimeze necesarul de personal pentru propria idee de afacere;
- să determine condițiile de muncă pentru angajați;
- să argumenteze importanța comunicării în organizarea și coordonarea unei afaceri.

Metode și tehnici de învățare: scriere liberă, prelegere interactivă cu suport PPS, proiect de grup ghidat, joc de rol, exercițiu.

Forme de organizare a activității: în grupuri, individual.

Resurse didactice: PPS, caietul elevului, 8 markere, 16 postere.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
<i>Evocare</i>	Activitatea 1. Profesorul le propune elevilor se prezinte în grupuri mici rezultatele activității individuale: planurile de implementare a ideii de afaceri. În timpul prezentării, elevii colectează idei și întrebări care merită să fie discutate în plen. Profesorul facilitează discuția plenară pentru înlăturarea neclarităților apărute.	10 min.	Evaluare reciprocă/ Activitate în echipe mici și în plen

	<p>Activitatea 2</p> <p><i>Sarcină:</i></p> <p>De câte persoane este nevoie pentru dezvoltarea cu succes a afacerii?</p> <p>Ce trebuie să se facă pentru a estima numărul necesar de personal?</p> <p>Sarcina poate fi realizată în trei variante:</p> <p><i>Varianta 1.</i> Un GPP, fără a apela la o situație concretă.</p> <p><i>Varianta 2.</i> Elevii își formulează ideile în baza cazurilor propuse de profesor: 1-3 cazuri relevante pentru specialitatea/ meseria pe care o studiază elevii. Cazul se elaborează după modelul prezentat în <i>Anexa 1</i>.</p> <p><i>Varianta 3.</i> Elevii propun ideile în baza planurilor de dezvoltare a ideii de afaceri prezentate la începutul lecției.</p>	5-7 min.	
Realizarea sensului	<p>Profesorul realizează o miniprelegere (poate fi utilizată prezentarea electronică). Prezentarea se bazează pe următoarele aspecte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valoarea timpului în afaceri – orice pierdere de timp se poate răsfrânge în mod negativ asupra resurselor antreprenorului și a rezultatului afacerii. • Antreprenorul urmează să acorde timp suficient pentru următoarele sarcini: <ul style="list-style-type: none"> 1) <i>timpul necesar pentru procesul tehnologic de producere a bunului/ prestare a serviciului;</i> 2) <i>perioada, timpul livrării produsului/ predare a serviciului prestat;</i> 3) <i>coordonarea angajaților care execută lucrările de producere sau prestare a serviciului;</i> 4) <i>importanța legăturii dintre produs/ serviciu și client, ce urmează să fie concepute ca un tot întreg pentru orice afacere.</i> <p>În baza unui exemplu concret (bunăoară cazul Irinei Sandu, analizat la lecția precedentă), profesorul demonstrează cum se estimează personalul necesar, care este relația de subordonare în cadrul afacerii; desenează schema de organizare (organigrama).</p>	20 min.	Miniprelegere interactivă
Reflecție	<p>Profesorul organizează activitatea în echipe mici (3-4 persoane). Elevii aleg o idee de afaceri din cele care au fost prezentate la începutul lecției.</p> <p>Elevii identifică personalul necesar, estimează timpul și elaborează schema organizatorică. Etapele realizării sarcinii pot fi afișate la tablă/ pe ecran:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Descrieți etapele de producere a bunului/ de prestare a serviciului pentru afacerea selectată. 2. Estimați timpul necesar pentru producerea bunului/ prestarea serviciului ales. 3. Determinați posturile necesare pentru afacere. 4. Elaborați organigrama firmei. 5. Descrieți cele mai importante condiții de muncă pe care ar trebui să le asigurați pentru această afacere. <p>Profesorul monitorizează activitatea:</p> <p><i>Varianta 1.</i> Observă activitatea fiecărei echipe și oferă, după caz, suportul necesar.</p>	40 min.	Proiect de grup

	Varianta 2. Solicită prezentarea rezultatelor după realizarea fiecărei sarcini.		
Extindere	Activitate individuală: <i>Descrieți etapele producerii/ pestării de servicii pentru ideea de afacere personală, estimați numărul de angajați, sarcinile specifice pentru fiecare post și desenați organigrama.</i>	5 min.	Activitate individuală

Anexe. Tema 2.2

ANEXA 1. MODELUL DE ELABORARE A CAZULUI

Antreprenorul X are o idee de afaceri _____. Antreprenorul vrea să producă _____.
(Indicați nr. de produse elaborate timp de o lună sau nr. de clienți care pot beneficia de serviciu.)
De câți angajați este nevoie pentru a realiza obiectivele stabilite?

TEMA 2.3*

Organizarea și coordonarea unei activități antreprenoriale (Selectarea angajaților și contractul de muncă)

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să explice pașii în selectarea unui angajat și elementele principale ale unui contract de muncă;
- să aplice instrumentele și metodele necesare în selectarea angajaților;
- să argumenteze beneficiile contractului de muncă în dirijarea personalului angajat.

Metode și tehnici de învățare: GPP, proiect de grup, trei stau și unul circulă, exercițiu.

Forme de organizare a activității: în 5 grupuri, individual, frontal.

Resurse didactice: Anexa 1, multiplicată pentru elevi.

Notă: Deoarece în cadrul activității sunt abordate două subiecte – anunțul de angajare și contractul de muncă –, proiectul propus cuprinde două cicluri *evocare–realizarea sensului–reflecție*.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	Activitatea 1. Profesorul le propune elevilor să prezinte, în grupuri mici, rezultatele activității individuale: <i>Descrierea etapelor producerii/ pestării de servicii pentru ideea de afacere personală, numărul de angajați, sarcinile specifice fiecărui post și organigrama.</i> În timpul prezentării, elevii colectează idei și întrebări care merită să fie discutate în plen. Profesorul facilitează discuția plenară pentru înlăturarea neclarităților apărute.	10 min.	Evaluare reciprocă
	Activitatea 2. Profesorul actualizează cunoștințele și experiența elevilor în privința procesului de recrutare a personalului: 1. Individual, timp de 2 minute, scrieți o listă de idei-răspuns la întrebarea: „Cum putem identifica un candidat bun pentru postul vacant?”	10 min.	GPP

* Temele marcate cu asterisc sunt opționale.

	<p>2. Discutați în perechi răspunsurile, timp de 2-3 minute, și scrieți ideile comune.</p> <p>3. Fiecare pereche prezintă câte o idee, fără a le repeta pe cele precedente. (Profesorul notează ideile la tablă.)</p>		
Realizarea sensului	<p>Profesorul face un sumar al ideilor și menționează anumite idei noi, dacă acestea au fost omise. În prezentare, profesorul accentuează:</p> <ul style="list-style-type: none"> • necesitatea descrierii responsabilităților de bază; • modalitățile de distribuire a informației despre postul vacant (publicitate în mass-media, prin rețele sociale, prin agențiile forței de muncă, prin centre de angajare, vizitele în instituțiile de învățământ etc.); • modalitatea colectării dovezilor privind experiența/ competența candidaților (prezentarea CV-ului, a scrisorilor de recomandare, interviuri, probe practice etc.). 	10 min.	Prelegere interactivă
Reflecție	<p>În echipe a câte 4, timp de 10 minute, elevii realizează sarcinile 5, 6, 7 din caietul elevului (p. 27):</p> <p><i>Sarcina 5.</i> Alcătuiți un anunț de angajare pentru un post necesar în afacerea identificată (se scrie pe o coală A4).</p> <p><i>Sarcina 6.</i> Elaborați un set de întrebări pentru interviu.</p> <p><i>Sarcina 7.</i> Descrieți proba practică.</p> <p>La expirarea timpului acordat, profesorul organizează jocul de simulare (aproximativ 10 minute):</p> <ul style="list-style-type: none"> • fiecare echipă afișează anunțul elaborat; • doi membri ai echipei rămân pe loc pentru a realiza interviul de angajare cu cei interesați, iar alți doi elevi vor pleca la alte echipe pentru a participa la interviuri de angajare. <p>După încheierea jocului, profesorul organizează o discuție reflexivă în plen, cu ajutorul întrebărilor:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ce a fost realizat bine în anunțurile de angajare? • Ce modificări pot fi făcute pentru îmbunătățirea anunțurilor? • Ce întrebări din cadrul interviului au ajutat să fie identificat un candidat mai bun? • Ce modificări trebuie făcute la întrebările de interviu? 	25 min.	Simulare/ Joc didactic Discuție reflexivă
Evocare	<p>– Din moment ce ați decis să angajați la serviciu o persoană, sunteți obligat să încheiați cu aceasta un contract de muncă.</p> <p>Cine a văzut vreodată un contract de muncă?</p> <p>Cum credeți, ce compartimente conține un contract de muncă?</p> <p><i>Sarcini:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Individual, timp de 2 minute, scrieți o listă de idei-răspuns la întrebarea: „Ce trebuie să conțină un contract de muncă?” • Discutați în perechi răspunsurile, timp de 2 minute, și scrieți ideile comune. • Fiecare pereche prezintă câte o idee, fără a repeta ideile precedente. (Profesorul notează ideile pe tablă.) (5 minute) 	10 min.	GPP
Realizarea sensului	<p>Profesorul le propune elevilor sarcina:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Citiți individual informația despre contractul de muncă (Anexa 1) și marcați cu semnul ✓ ideile care coincid cu cele prezentate (am știut), cu semnul + – ideile noi (am aflat), cu semnul ? – ideile neclare. <p>Elevii citesc individual, apoi profesorul organizează o discuție în plen, cu ajutorul semnelor, și oferă explicațiile necesare.</p>	15 min.	SINELG

Reflecție	Activitatea în echipe: 2 elevi în rol de angajator, 2 elevi – în rol de candidat. Timp de 5 minute, negociază contractul de muncă și completează formularul propus (<i>în afară de mărimea salariului</i>). Profesorul facilitează o discuție în plen cu ajutorul <i>întrebărilor</i> : – Ce momente ale contractului au fost negociate? – Cum reflectă contractul interesele angajatorului? – Cum reflectă contractul interesele angajatului? În final, profesorul propune se completeze în perechi un tabel după modelul prezentat în <i>Anexa 2</i> .	15 min.	Simulare Grafic T
Extindere	Profesorul explică specificul sarcinii pentru activitatea individuală: <i>Elaborați lista de sarcini (fișe-post) pentru angajații din cadrul afacerii pe care vreți să o dezvoltați. Faceți lista cerințelor pe care vreți neapărat să le includeți în contractul de angajare.</i>	15 min.	

Anexe. Tema 2.3

ANEXA 1

Anexă
la Convenția colectivă (nivel național) nr. 4
din 25.07.2005

CONTRACT INDIVIDUAL DE MUNCĂ nr. _____
(model)

„_____” _____ 20 _____
(localitatea)

_____,
(denumirea unității sau numele, prenumele angajatorului – persoană fizică)
denumit(ă) în continuare „Angajator”, în persoana _____
_____,
(numele, prenumele, funcția)
pe de o parte, și dl (dna) _____,
(numele, prenumele)
denumit(ă) în continuare „Salariat”, pe de altă parte, conducându-se de prevederile articolelor
45–94 din Codul muncii, aprobat prin *Legea nr. 154-XV din 28 martie 2003*, au încheiat prezentul
Contract individual de muncă, convenind asupra următoarelor:

1. Salariatul este angajat în calitate de _____

(funcția, profesia, meseria, specialitatea, calificarea)

2. Locul de muncă: _____
(denumirea subdiviziunii unității)

3. Munca este:
a) de bază;
b) prin cumul.

4. Durata Contractului este:
a) nedeterminată;

b) determinată _____
(termenul concret)

5. Perioada de probă (dacă părțile au convenit) _____
(termenul concret)

6. Prezentul Contract individual de muncă își produce efectele din:

a) ziua semnării;

b) _____
(data negociată de părți)

7. Riscurile specifice funcției _____

(muncă în condiții grele, vătămătoare și/sau periculoase etc.)

8. Salariatul are următoarele drepturi:

a) drepturi prevăzute în alin. (1) al art. 9 din Codul muncii;

b) alte drepturi _____

(se specifică drepturile suplimentare negociate de părți)

9. Salariatul este obligat:

a) să îndeplinească obligațiile prevăzute în alin. (2) al art. 9 din Codul muncii;

b) să îndeplinească alte obligații _____

(se specifică obligațiile suplimentare negociate de părți)

10. Angajatorul are următoarele drepturi:

a) drepturi prevăzute în alin. (1) al art. 10 din Codul muncii;

b) alte drepturi _____

(se specifică drepturile suplimentare negociate de părți)

11. Angajatorul este obligat:

a) să îndeplinească obligațiile prevăzute în alin. (2) al art. 10 din Codul muncii;

b) să îndeplinească alte obligații stabilite de Codul muncii, de alte acte normative, de convențiile colective, de Contractul colectiv de muncă și prezentul Contract individual de muncă, printre care _____

(se specifică obligațiile suplimentare)

12. Condițiile de retribuire a muncii Salariatului (valoarea minimă obligatorie a retribuirii muncii pentru munca prestată de salariați în sectorul real nu poate fi mai mică decât quantumul minim garantat al salariului în sectorul real stabilit de Guvern sau, după caz, decât salariul tarifar pentru categoria I de calificare stabilit în Convenția colectivă de nivel ramural sau în Contractul colectiv de muncă) _____

(salariul funcției sau cel tarifar, suplimentele, sporurile, adaosurile, premiile, ajutoarele

materiale, compensațiile și alocațiile, inclusiv pentru munca prestată în condiții grele,

vătămătoare și/sau periculoase, intensitatea muncii etc.)

12.¹ De mărimea salariului stabilit depinde:

- mărimea indemnizației de concediu;
- mărimea indemnizației pentru incapacitate temporară de muncă și a altor prestații de asigurări sociale;
- mărimea indemnizației de concediere;
- mărimea ajutorului de șomaj;
- mărimea pensiei pentru limită de vârstă, vechime în muncă sau a pensiei de invaliditate

13. Regimul de muncă _____

(durata normală sau redusă a timpului de muncă, tipul săptămânii de muncă, durata zilnică a

timpului de muncă, timpul de muncă parțial, munca în ture, munca de noapte etc.)

14. Regimul de odihnă _____

(repausul zilnic, repausul săptămânal etc.)

15. Concediile anuale:

a) concediul de odihnă anual _____

(durata)

b) concediul de odihnă anual suplimentar _____

(durata)

16. Asigurarea socială a Salariatului se efectuează în modul și mărimea prevăzute de legislația în vigoare.

17. Asigurarea medicală a Salariatului se efectuează în modul și mărimea prevăzute de legislația în vigoare.

18. Clauze specifice (dacă părțile au convenit): _____

(mobilitatea, confidențialitatea, alte clauze care nu contravin legislației în vigoare)

19. Înlesniri, avantaje, indemnizații și/sau alte drepturi de care va beneficia Salariatul în schimbul respectării clauzelor specifice prevăzute la pct. 18 _____

20. Prezentul Contract individual de muncă nu poate fi modificat (completat) decât printr-un acord suplimentar semnat de părți, care se anexează la contract și este parte integrantă a acestuia.

21. Va fi considerată drept modificare (completare) a prezentului Contract individual de muncă orice schimbare ce se referă la:

- a)** durata contractului;
- b)** locul de muncă;
- c)** specificul muncii (condiții grele, vătămătoare și/sau periculoase, introducerea clauzelor specifice conform art. 51 din Codul muncii etc.);
- d)** cuantumul retribuirii muncii;
- e)** regimul de muncă și de odihnă;
- f)** specialitatea, profesia, calificarea, funcția;
- g)** caracterul înlesnirilor și modul de acordare a acestora.

- 22.** Cu titlu de excepție, modificarea unilaterală, făcută de Angajator, a prezentului Contract individual de muncă este posibilă numai în cazurile și în condițiile prevăzute de Codul muncii. În aceste cazuri, salariatul va fi prevenit despre necesitatea modificării Contractului individual de muncă cu 2 luni înainte.
- 23.** Locul de muncă al Salariatului poate fi schimbat temporar de angajator prin deplasarea în interes de serviciu sau detașarea la alt loc de muncă în conformitate cu art. 70 și 71 din Codul muncii.
- 24.** În cazul apariției unei situații prevăzute de art. 104 alin. (2) lit. a) și b) din Codul muncii, angajatorul poate schimba temporar, pe o perioadă de cel mult o lună, locul și specificul muncii Salariatului fără consimțământul acestuia și fără operarea modificărilor respective în prezentul Contract individual de muncă.
- 25.** Transferul salariatului la o altă muncă și permutarea lui pot avea loc în strictă corespundere cu prevederile art. 68 și 74 din Codul muncii și punctelor 20, 21 din prezentul Contract individual de muncă.
- 26.** Suspendarea prezentului Contract individual de muncă poate surveni:
- în circumstanțe ce nu depind de voința părților (art. 76 din Codul muncii);
 - prin acordul părților (art. 77 din Codul muncii);
 - la inițiativa uneia dintre părți (art. 78 din Codul muncii).
- 27.** Prezentul Contract individual de muncă poate înceta:
- în circumstanțe ce nu depind de voința părților (art. 82, 305 și 310 din Codul muncii);
 - la inițiativa uneia dintre părți (art. 85 și 86 din Codul muncii).
- 28.** Litigiile individuale de muncă ce vor apărea pe durata acțiunii prezentului Contract individual de muncă vor fi soluționate în modul stabilit de Codul muncii și de alte acte normative.
- 29.** Prezentul Contract individual de muncă este întocmit în două exemplare având aceeași putere juridică, unul dintre care se păstrează la Angajator, iar cel de-al doilea – la Salariat.

Datele de identificare a părților Contractului:

Angajatorul	Salariatul
Adresa _____	Adresa _____
Cod fiscal _____	Buletin de identitate _____
Rechizite bancare _____	Eliberat _____
	Cod personal _____
Semnătura _____	Cod personal de asigurări sociale _____
Locul pentru ștampilă _____	Semnătura _____

ANEXA 2

Beneficiile contractului pentru angajator	Beneficiile contractului pentru angajat

TEMA 2.4

Rolul salariului în sistemul motivațional

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să calculeze salariul brut și salariul net pentru un angajat, utilizând termeni și formule specifice;
- să planifice fondul de salarizare pentru propria afacere;
- să argumenteze importanța cunoașterii regulilor de calculare a salariului.

Metode și tehnici de învățare: secvențe contradictorii, sarcină algoritmică, SINELG, exercițiul.

Forme de organizare a activității: frontal, în perechi.

Resurse didactice: fișe cu date, markere pentru fiecare grup, sarcini pentru fiecare echipă.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	<p>Activitatea 1. Profesorul le propune elevilor să prezinte, în grupuri mici, rezultatele activității individuale: fișe-post elaborate, lista stipulărilor în contract în mod obligatoriu. În timpul prezentării, elevii colectează idei și întrebări care merită să fie discutate în plen. Profesorul facilitează discuția plenară pentru înlăturarea neclarităților apărute.</p> <p>Activitatea 2. Profesorul descrie o situație și formulează o întrebare: <i>Antreprenorul Petru Malai deschide un atelier de reparare a mobilei. El a identificat un meșter, Sergiu Găină, care în cadrul interviului a spus că va fi de acord să lucreze cu un salariu de cel puțin 3 mii de lei pe lună. Care va fi suma reală pe care Petru Malai trebuie să o planifice pentru remunerare?</i></p> <p>Elevii propun idei, profesorul notează, inițial pe tablă, numai cifrele, apoi solicită explicații laconice.</p> <p>Activitatea 3. Profesorul afișează lista cu termeni:</p> <ul style="list-style-type: none"> • salariu brut; • salariu net; • impozit pe venit; • fondul social; • asigurarea medicală; • fondul de salarii; • plată socială. <p><i>Sarcină:</i> Analizați în perechi sensul termenilor și prezentați semnificația lor.</p>	<p>10 min.</p> <p>5 min.</p> <p>5-7 min.</p>	<p>Evaluarea reciprocă</p> <p>Asalt de idei</p> <p>Termeni în avans GPP</p>
Realizarea sensului	<p>Activitatea 1. Explicarea termenilor.</p> <p><i>Varianta 1.</i> Profesorul distribuie textul despre salariu (<i>Bazele antreprenoriatului. Sugestii pentru proiectarea lecțiilor</i>) și elevii citesc individual cu ajutorul metodei SINELG.</p> <p><i>Varianta 2.</i> Profesorul explică sensul termenilor cu ajutorul prezentării electronice.</p> <p>Activitatea 2. Prezentarea procedurilor de calculare a salariului. Profesorul utilizează modelul prezentat în suportul de curs la disciplina „Bazele antreprenoriatului” (pag. 62) și calculează, cu implicarea elevilor, suma reală pe care Petru Malai trebuie să o planifice pentru remunerare.</p>	<p>15 min.</p> <p>10 min.</p>	<p>SINELG sau Miniprelegere</p>

	După ce sunt realizate calculele, se face comparația cu presupunerile elevilor, notate la etapa de Evocare. Atenție! Verificați la contabilul instituției % de rețineri, deoarece acestea pot fi modificate în fiecare an în <i>Legea bugetului de stat</i> .		
Reflecție	Activitatea în echipe mici. <i>Sarcină:</i> Timp de 10 minute: <ul style="list-style-type: none"> • determinați fondul de salariu anual pentru o idee de afaceri (prezentată de un membru al echipei); • calculați salariul mediu al unui angajat; • calculați fondul de salarizare; • calculați contribuțiile sociale și medicale; • calculați cheltuielile totale legate de salarizare. După ce au fost realizate calculele, profesorul le propune elevilor să transmită rezultatele altei echipe. Colegii verifică corectitudinea calculelor (5 minute). După ce toate echipele au evaluat claculele realizate de colegi, profesorul organizează o discuție reflexivă: <ul style="list-style-type: none"> – Ce informații noi despre calcularea salariului ați aflat astăzi? – De ce este important ca antreprenorul să cunoască procedura de calculare a salariului, chiar dacă în realitate toate claculele pot fi realizate de un contabil profesionist? 	30 min.	Activitatea în echipe/ Sarcina algoritmizată
		10 min.	Discuție reflexivă
Extindere	Profesorul explică sarcina pentru activitatea individuală: <i>Determinați fondul de salariu pentru propria idee de afacere.</i>	5 min.	

TEMA 2.5

Motivarea angajaților

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să descrie metodele de motivare nonfinanciară a personalului în activitatea de antreprenariat;
- să determine modalități eficiente de motivare a personalului în diverse contexte;
- să argumenteze rolul motivației nonfinanciare în stimularea angajaților.

Metode și tehnici de învățare: pagină de jurnal, discuție, lectură problematizată, studiu de caz, GPP.
Forme de organizare a activității: frontal, individual, de grup.

Resurse didactice: textul „Motivația nonfinanciară”, multiplicat pentru fiecare elev, studii de caz, multiplicare pentru fiecare grup.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	Activitatea 1. Profesorul le propune elevilor să prezinte, în grupuri mici, rezultatele activității individuale: <i>rezultatele calculării fondului de salariu pentru propria idee de afacere.</i> În timpul prezentării, elevii colectează idei și întrebări care merită să fie discutate în plen. Profesorul facilitează discuția plenară pentru înlăturarea neclarităților apărute.	10 min.	Evaluarea reciprocă

	<p>Activitatea 2. Profesorul provoacă o discuție cu ajutorul întrebărilor:</p> <ul style="list-style-type: none"> – De ce deseori doi angajați care au același salariu demonstrează atitudine diferită față de sarcinile de lucru? – Nivelul de salariu al angajaților la întreprinderile A și B este la fel. Totuși angajații întreprinderii A vin și pleacă de la serviciu cu satisfacție, iar angajații întreprinderii B – fără dispoziție? – Poate oare antreprenorul să influențeze angajații altfel decât prin salariu? <p>Ideile elevilor se notează pe poster sau pe tablă.</p>	10 min.	Discuție												
Realizarea sensului	<p>Activitatea 1. Motivația nonfinanciară.</p> <p><i>Varianta 1.</i> Profesorul distribuie textul „Motivația nonfinanciară” și formulează sarcina: <i>Lecturați textul, prezentați 5 idei importante și argumentați-vă alegerea.</i> Când se încheie lectura individuală, profesorul formează echipe mici și le propune elevilor să alcătuiască o listă comună de idei importante. Apoi echipele prezintă pe rând câte o idee și argumentează alegerea.</p> <p><i>Varianta 2.</i> Profesorul utilizează informația din <i>Anexa 1</i> pentru o miniprelegere interactivă. Pe parcursul prezentării, profesorul face referință la ideile formulate la etapa de evocare.</p> <p>Activitatea 2. Studiu de caz. Profesorul formează echipe mici (3-4 persoane) și distribuie Studiul de caz (<i>Anexa 2</i>).</p> <p><i>Sarcină:</i> Analizați studiul de caz și propuneți 3 metode eficiente de motivare a angajaților la întreprinderea lui Andrei. O metodă eficientă este cea care poate influența interesul și dorința angajaților cu costuri mai mici.</p> <p>Echipele prezintă și argumentează deciziile. Profesorul facilitează discuția, provoacă interesul elevilor prin contrapunerea deciziilor lor.</p>	20 min.	Lectură problematizată												
	<p>Activitatea 2. Studiu de caz. Profesorul formează echipe mici (3-4 persoane) și distribuie Studiul de caz (<i>Anexa 2</i>).</p> <p><i>Sarcină:</i> Analizați studiul de caz și propuneți 3 metode eficiente de motivare a angajaților la întreprinderea lui Andrei. O metodă eficientă este cea care poate influența interesul și dorința angajaților cu costuri mai mici.</p> <p>Echipele prezintă și argumentează deciziile. Profesorul facilitează discuția, provoacă interesul elevilor prin contrapunerea deciziilor lor.</p>	25 min.	Studiu de caz Activitatea în echipe												
Reflecție	<p>Profesorul le propune elevilor se mediteze individual și să estimeze raportul dintre motivația financiară și cea nonfinanciară în motivarea angajaților. Pot fi propuse 5-7 variante după modelul dat:</p> <table border="1" data-bbox="301 1330 1037 1498"> <thead> <tr> <th></th> <th>Motivația financiară</th> <th>Motivația nonfinanciară</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>100%</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>90%</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>50%</td> <td>50%</td> </tr> </tbody> </table> <p>După activitatea individuală, profesorul colectează opiniile și formează grupuri mici conform deciziei luate. Elevii formulează argumente comune și le prezintă în cadrul unei minidezbateri. Fiecare echipă prezintă argumente pentru a convinge colegii să schimbe poziția.</p> <p>Atenție! Profesorul declară de la început că în cadrul dezbaterii elevii au dreptul să-și schimbe atitudinea. Pe parcurs, profesorul încurajează elevii să-și modifice punctul de vedere. Elevilor care trec de la o poziție la alta li se oferă posibilitatea de a explica laconic motivul deciziei.</p>		Motivația financiară	Motivația nonfinanciară	1	100%	0%	2	90%	10%	6	50%	50%	20 min.	Linia valorii, minidezbateri
	Motivația financiară	Motivația nonfinanciară													
1	100%	0%													
2	90%	10%													
6	50%	50%													
Extindere	<p>Pentru activitatea individuală, profesorul propune sarcina:</p> <p><i>Descrieți cel puțin 5 modalități de motivare a angajaților pe care le puteți implementa în afacerea proprie.</i></p>	5 min.													

Anexe. Tema 2.5

ANEXA 1. MOTIVAȚIA NONFINANCIARĂ

Succesul oricărei organizații este determinat de eforturile depuse de membrii ei, iar abordarea comportamentului prin prisma motivației este deosebit de dificilă. Managerul preocupat de prosperitatea organizației evaluează în permanență satisfacția și motivația oamenilor cu care lucrează. Managerul are misiunea de „a pune de acord în organizația sa performanțele economice și expresia talentelor individuale ale angajaților”, având rolul de catalizator. Atitudinea afectează motivația personală, astfel persoana care are o atitudine pozitivă față de ea și de forțele sale fizice și psihice va munci mai bine, pentru că are încredere în atingerea scopurilor. O motivație scăzută și performanțe minime va avea persoana care se simte nedemnă de lucrul prestat.

Motivarea moral-spirituală înseamnă satisfacerea aspirațiilor și așteptărilor de natură moral-spirituală, ce vizează în primul rând sistemul de valori, atitudinile și comportamentele salariaților. În realizarea motivării moral-spirituale, se folosesc motivațiile de tipul: manifestarea încrederii managerilor în salariați, exprimarea de mulțumiri și laude, efectuarea de evaluări ale contribuției cu caracter general, lansarea de avertismente, muștrări. Motivarea moral-spirituală s-a dovedit eficace pentru toate categoriile de salariați, ca un avantaj pentru manageri și specialiști.

Motivarea afectivă vizează latura afectivă, strict umană a salariatului, concentrându-se asupra nevoilor sale de ordin sentimental în cadrul profesional. Motivarea afectivă presupune nevoia salariatului de a se simți bine la locul de muncă și în cadrul organizației, de a fi apreciat, simpatizat de colegi, șefi și subordonați, de a fi tratat cu simpatie și considerație, de a se bucura de prestigiu. Motivarea afectivă se realizează într-o corelație cu motivațiile moral-spirituale, fiind centrată pe satisfacerea așteptărilor „sentimentale” ale salariaților, cu un rol energizant major în munca fiecăruia. Tehnicile de motivare pornesc de la ideea potrivit căreia cu cât este mai mare responsabilitatea, recunoașterea, respectul sau statutul acordat persoanelor dintr-o organizație, cu atât mai puternic este sentimentul de implicare și motivație în activitatea profesională.

Una dintre cele mai importante probleme în înțelegerea motivării angajaților și aplicarea de tehnici eficiente reprezintă miturile despre motivarea angajaților. Mulți manageri, fiind influențați de aceste mituri, întâmpină dificultăți în motivarea angajaților. Cele mai frecvente mituri despre motivarea angajaților sunt:

Mitul nr. 1 – „Eu pot motiva oamenii”. Angajații trebuie să se motiveze singuri. Conducătorul are rolul de a crea un cadru favorabil pentru ca cei din echipă să se simtă confortabil prin cultivarea unui climat motivațional pozitiv.

Mitul nr. 2 – „Banii sunt o motivație foarte bună”. Nu e chiar așa. Anumite lucruri, precum banii, condițiile bune de muncă, pot ajuta angajatul să nu-și piardă motivația, dar, de obicei, nu sunt factorul-cheie. Este important să înțelegeți ce îi motivează exact pe angajații dumneavoastră.

Mitul nr. 3 – „Frica este o motivație extrem de eficientă”. Frica este o motivație bună, dar pentru o perioadă scurtă de timp. De aceea țipetele șefului nu au un efect prea mare după o anumită perioadă.

Mitul nr. 4 – „Eu știu ce mă motivează pe mine, deci știu ce-i motivează pe alții”. Oameni diferiți sunt motivați de lucruri diferite. Dumneavoastră puteți fi motivat de posibilitatea de a fi promovată într-o funcție superioară, iar altcineva – de acordarea câtorva zile libere. Iarăși, este bine să aflați ce îi motivează pe angajații dumneavoastră.

Mitul nr. 5 – „Eu nu pot înțelege ce îi motivează pe angajați – aceasta este o adevărată știință”. Nu este așa. Există câțiva pași pe care trebuie să-i urmați pentru a încuraja angajații să se automotiveze și să sporească performanța lor în cadrul instituției.

Recomandări

Pentru eficientizarea procesului de relaționare, motivare și stimulare de performanță, trebuie să ținem cont de următoarele elemente/ fapte motivatoare:

- evidențierea performanțelor mici; un simplu „mulțumesc” sau „bravo” din partea directorului are un efect magic!!!
- recompensa morală, afectivă a faptelor și rezultatelor obținute; felicitări de mulțumire sau cu ocazia zilelor de naștere scrise de mâna directorului;
- anunțarea publică a reușitelor în activitatea profesională a colegilor cu performanțe;
- aprecierea particulară, de manager, a efortului depus de subalternul său;
- fixarea unui panou, pe care să fie lipite, periodic, felicitările cu ocazia zilelor de naștere sau a obținerii unor performanțe pe parcursul anului;
- implicarea în traininguri de dezvoltare și menținere a motivației profesionale;
- tehnica *prietenul secret* (când un angajat are grijă de alt coleg, făcându-i surprize mici, dar care-l pot bucura); *mentoratul* – un angajat cu experiență, ghidează și ajută alt coleg cu mai puțină experiență;
- oferirea periodică a pliantelor informative cu conținut motivațional de încurajare și apreciere a muncii dificile pe care o îndeplinește salariatul;
- realizarea aprecierii performanțelor în funcție de specificul activității pe care o realizează persoana; fiecare salariat este apreciat în conformitate cu munca pe care a realizat-o, nu generalizăm pentru tot colectivul lauda sau critica;
- stabilirea în echipă a unor obiective și scopuri comune ale organizației, care să fie „congruente” cu obiectivele funcționale ale angajaților; să se țină cont de opiniile și sugestiile salariaților.

ANEXA 2

Studiu de caz

Andrei are o afacere de cinci ani, dar se confruntă cu un șir de probleme în menținerea angajaților. În pofida faptului că oferă un salariu destul de bun, în fiecare an unii dintre cei mai buni angajați pleacă și el este nevoit să caute alte persoane calificate și cu experiență, situație destul de complicată și care perturbază activitatea întreprinderii.

Selectați din sfaturile practice de mai jos trei sugestii potrivite pentru Andrei.

O metodă este considerată eficientă dacă poate influența interesul și dorința angajaților cu costuri mai mici. Argumentați alegerea voastră în baza acestor două criterii.

10 sfaturi practice

1. Ai un catalizator în echipă? Trebuie să înțelegem că moralul este contagios, se transmite rapid. Cu cât sunt mai mulți oameni cu un moral ridicat, cu atât șansele ca acesta să se extindă sunt mai mari. Uneori într-un departament este de ajuns o singură persoană cu un moral foarte ridicat pentru a-i binedispune pe ceilalți angajați. Alteori este de ajuns ca un angajat să aibă un moral foarte scăzut ca să-i „infecteze” pe toți ceilalți angajați. Prin urmare, soluția este simplă: dacă nu ai un catalizator în echipă, trebuie să-l găsești. Această „problemă” poate fi rezolvată într-un mod foarte simplu încă de la faza de recrutare. Atunci când faci recrutarea, fii atent și la moralul celui pe care-l angajezi. Poate fi un criteriu foarte bun mai ales atunci când ești indecis și nu știi pe cine dintre doi potențiali angajați să alegi. Caută acești oameni, găsește-i și angajează-i!

2. Postările. Incercați să găsiți și o altă utilizare a postărilor decât cea obișnuită. Fie că ești șef sau simplu angajat, poți lăsa mesaje drăguțe în biroul colegilor, de genul: „Mulțumesc pentru ajutorul oferit ieri!”, „Să ai o zi excelentă!”, „Sper să ai o zi plăcută, zâmbește” (însoțit de un *smile face*). Postările cu mesaje drăguțe pot fi lăsate pe monitor, pe birou, pe parbrizul mașinii, oriunde se poate afla cel care trebuie să-l primească.

3. Muzica. Atâta timp cât nu devine deranjantă, e binevenită oricând. Muzica este foarte antrenantă pentru deșteptare dimineața, dar și în pauze sau în momente de respiro. Aceasta creează o atmosferă plăcută. Fac excepție cazurile în care se lucrează cu atenție maximă, iar muzica poate deveni un factor perturbator. Găsește o cale prin care să oferi puțin ritm angajaților. Încearcă diferite ritmuri, începând de la hip-hop până la muzica clasică. Cu siguranță, unele genuri vor fi îndrăgite de angajați.

4. Prietenul secret. Această metodă se practică mai mult în timpul activităților de *team building* și este foarte binevenită și în cadrul activităților cotidiene din firmă. Fiecare angajat își scrie numele pe câte un bilețel, acestea sunt introduse eventual într-o căciulă, pentru amuzament, și fiecare ia câte un bilețel cu un nume. În decursul unei luni, fiecare trebuie să-i facă un cadou/ o surpriză celui al cărui nume este pe bilețelul extras. Angajații își vor face cadouri, creându-se o atmosferă plăcută și de amuzament în timpul petrecut la muncă. Provocarea este ca fiecare cadou să se încadreze într-o sumă financiară mică.

5. Mesaje motivatorii de recunoaștere. Afișează mesaje motivatorii în locuri vizibile. Acestea pot fi scrisori de mulțumire de la clienți sau de la parteneri. Este o ocazie de a reaminti că se poate, că sunt oameni care apreciază munca lor.

6. Cadouri din vacanță. Cadoul din vacanță devine obligatoriu mai ales când ești șef. În cazul în care ai foarte mulți angajați, oferă mici atenții măcar celor aflați în imediata ta subordine. Nu trebuie să fie un cadou scump, ci, mai degrabă, ceva simbolic, ca un semn de apreciere. Aceste mici cadouri transmit mesajul: „V-am dus dorul și mă bucur să vă văd”.

7. Concedierile. Orice companie face angajări și concedieri. Această strategie nu urmărește neapărat crearea unei atmosfere plăcute, ci mai degrabă prevenirea unui eventual disconfort la locul de muncă. Trebuie, ca manager, să ai un sistem transparent de concedieri. Practic, orice concediere trebuie să fie precedată de o discuție privind performanțele, un avertisment ferm înainte de concediere. Oamenii nu trebuie să se întrebe permanent: „Oare cine urmează, oare e rândul meu?” Atunci când concediezi, transmiteți un mesaj foarte puternic către angajați și nu contează atât concedierea, cât maniera în care o faci. Sunt mulți manageri care-i „lasă să stea stresați, să știe că dacă nu-și fac treaba îi dau afară”. Poți să-i lași în permanentă încordare, însă așteaptă-te că, în aceste condiții, angajații tăi pot să plece cu prima ocazie. Este important să învățăm să facem o diferență foarte fină între respect și frică. Soluția este simplă, nu trebuie să concediezi pur și simplu, exceptând cazurile grave, ci să respecti o procedură cunoscută de angajați: îi inviți mai întâi la o discuție în care îi avertizezi că urmează o concediere în cazul în care nu cresc performanțele sau nu-și revizuiesc performanțele, în funcție de situație.

8. Angajatul lunii. Este o metodă destul de sensibilă și ca orice metodă de motivare nonfinanciară suportă riscurile ei. Pot fi înmânate la un moment dat insigne care să marcheze succesele unui angajat. Sunt multe feluri de a desemna „angajatul lunii”. Metoda funcționează, de obicei, dintr-un motiv simplu. Sunt oameni care au nevoie de competiție și de provocări. Oferă aceste lucruri cu măsură și vei aduce un plus de atmosferă plăcută în companie.

9. E-mailuri de mulțumire. Nu costă nimic să trimiți un e-mail de mulțumire. De obicei, trimitem numai e-mailuri cu rugăminți sau sarcini. Am putea trimite însă și mesaje de mulțumire sau de apreciere. Textele nu trebuie să fie lungi și elaborate, ci scurte și la obiect: „Ai făcut o treabă excelentă. Felicitări! Apreciez ajutorul tău!”

10. Comunicarea rezultatelor. Un vechi proverb spune: „Când bei apă, adu-ți aminte cine te-a ajutat să sapi fântâna”. Este bine să-ți asumi merite, mai ales atunci când acestea există. Nu-i uita însă pe cei care au contribuit la succes și comunică-le acest lucru. Nu felicita numai responsabilul principal, felicită întreaga echipă!

TEMA 2.6 Controlul calității

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să identifice etapele procesului de control pentru o activitate de antreprenariat;
- să determine indicatorii de eficiență a muncii pentru o afacere;
- să argumenteze necesitatea și importanța efectuării controlului managerial în gestionarea unei afaceri.

Metode și tehnici de învățare: brainstorming, miniprelegere, joc didactic, discuția reflexivă, scrierea de un minut (propoziție neterminată), studiu de caz.

Forme de organizare a activității: frontal, de grup.

Resurse didactice: coli A4, markere, studiu de caz, caiet de sarcini pentru elevi, cartele colorate, tablă.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	<p>Activitatea 1. Profesorul le propune elevilor să prezinte, în grupuri mici, rezultatele activității individuale: <i>descrierea metodelor de motivare nonfinanciară care pot fi utilizate în afacerea personală</i>. În timpul prezentării, elevii colectează idei și întrebări care merită să fie discutate în plen. Profesorul facilitează discuția plenară pentru înlăturarea neclarităților apărute.</p>	10 min.	Evaluarea reciprocă
	<p>Activitatea 2. Profesorul propune diferite situații (<i>Anexa 1</i>), exemple de întreprinderi unde nu s-a efectuat controlul. Situațiile pot fi reparate perechilor/ grupurilor mici de elevi sau afișate pe tablă.</p> <p><i>Sarcină:</i> Explicați de ce apar astfel de situații pentru fiecare caz în parte.</p> <p>Atenție! Fiecare caz se discută separat.</p> <p>Profesorul generalizează discuția prin anunțarea temei și atenționează că controlul este una dintre funcțiile manageriale importante.</p>	10 min.	GPP
Realizarea sensului	<p>Activitatea 1. Profesorul realizează o miniprelegere, „Controlul afacerii”, bazându-se pe sugestiile oferite în suportul de curs. Informația despre control este compusă din două părți, care se prezintă pe rând:</p> <p><i>Partea 1. Etapele controlului:</i> stabilirea standardelor; menținerea standardelor; compararea realității cu standardele și stabilirea abaterilor; introducerea măsurilor de corecție.</p> <p>În explicarea acestui aspect, profesorul utilizează standardele deja cunoscute pentru elevi (relevante pentru meserie/ profesie) și, cu ajutorul elevilor, descrie acțiuni specifice pentru fiecare etapă.</p> <p><i>Partea a 2-a. Domeniile de control:</i></p> <p>1) controlul calității (materia primă, produsul final, procesul tehnologic);</p> <p>2) controlul asupra personalului (evaluarea).</p> <p>Elevii sunt implicați în discuții cum poate fi organizat controlul calității și controlul asupra personalului.</p> <p><i>Opțional:</i> profesorul prezintă termenul „productivitatea muncii” și subliniază că acest indicator poate fi utilizat pentru elaborarea unui standard și pentru a trage concluzii privind eficiența utilizării resurselor umane.</p>	20 min.	Miniprelegere interactivă Partea 1
		15 min.	Miniprelegere interactivă Partea a 2-a

<p>Reflecție</p>	<p><i>Joc didactic.</i> Profesorul formează echipe din 5-6 persoane fiecare. Un elev din echipă va fi în rolul managerului, altul – observator, ceilalți – angajații.</p> <p>Profesorul invită „managerii”, le oferă seturi de materiale și le explică sarcina – să construiască un turn (<i>Anexa 2</i>).</p> <p>„Observatorii” primesc fișa de observare (<i>Anexa 3</i>).</p> <p>Elevii realizează sarcina, compară produsele elaborate și apoi profesorul oferă cuvântul observatorilor.</p> <p><i>Întrebări</i> pentru facilitarea discuției reflexive:</p> <ul style="list-style-type: none"> – În ce măsură au fost respectate standardele de calitate? – Ce activități specifice au realizat managerii pentru a asigura controlul calității? – Ce dificultăți au apărut în realizarea controlului? – Ce se poate face altfel pentru a asigura calitatea? <p>La final, profesorul le propune elevilor să continue în scris, timp de un minut, propoziția:</p> <p><i>Pentru a realiza controlul, un manager bun... .</i></p> <p>Când expiră timpul rezervat scrierii, elevii prezintă în pereche rezultatele, iar 3-5 elevi – în plen.</p>	20 min.	<p>Joc didactic</p> <p>Discuția reflexivă</p> <p>Scrierea de un minut (Propoziție neterminată)</p>
<p>Extindere</p>	<p>Profesorul explică sarcina pentru activitatea individuală:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Descrieți cel puțin 3 indicatori ai calității produsului/ serviciului din afacerea voastră. 2. Descrieți cel puțin 5 acțiuni care pot asigura calitatea produsului/ serviciului. 	5 min.	

Anexe. Tema 2.6

ANEXA 1. SITUAȚII PENTRU ANALIZĂ

- Minimarketul „Zi și Noapte” a întors producătorului 200 kg de produse de panificație, deoarece pâinea avea miezul cleios și umed.
- Maria este indignată de salariul primit luna aceasta la atelierul de croitorie, deoarece ea a lucrat zi de zi, dar are același salariu ca și Elena, care a lipsit două săptămâni de la serviciu.
- Atelierul de cusut a realizat o comandă de coasere a huselor pentru 50 de scaune, dar agentul economic le-a întors 30 înapoi, deoarece husele nu corespundeau mărimilor.

ANEXA 2. CONSTRUCȚIA TURNULUI

Sunteți o companie de construcție. Din materialele oferite – 20 de coli A4, lipici, 10 clame –, trebuie să construiți un turn cu înălțimea de cel puțin 130 cm, rezistent la o suflare de la distanța de 1 metru. Timpul pentru realizarea sarcinii: 5 min. pentru elaborarea proiectului, 5 min. pentru construcție.

Atenție! Profesorul poate să propună un proiect deja elaborat (o fotografie a turnului). În calitate de materiale de construcție pot fi utilizate blocuri din lemn sau alte obiecte ieftine (de exemplu, fidea).

ANEXA 3. FIȘA DE OBSERVARE

Sarcină: Urmăriți acțiunile managerului și puneți semnul X de fiecare dată când observați acțiunea respectivă.

A acțiunile managerului	Semne X
Explică standardele de calitate.	
Repartizează clar sarcini pentru membrii echipei și explică ce produse se așteaptă de la fiecare.	
Explică importanța utilizării economice a materialelor oferite.	
Controlează calitatea realizării sarcinilor.	
Identifică o persoană responsabilă pentru utilizarea materialelor sau monitorizează el însuși utilizarea materialelor.	
Propune sarcini/ activități de corecție pentru a înlătura defectele și a asigura calitatea.	
Evaluează activitatea membrilor echipei.	

TEMA 2.7 Riscurile în activitatea de antreprenariat și gestionarea acestora

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să identifice tipurile de risc în activitatea de antreprenariat;
- să analizeze cauzele apariției riscurilor în afacere;
- să argumenteze importanța aplicării modalităților de diminuare și gestionare a riscurilor pentru succesul afacerii.

Metode și tehnici de învățare: brainstorming, miniprelegere, problematizare, GPP, studiu de caz.

Forme de organizare a activității: frontal, de grup, individual.

Resurse didactice: prezentare Power Point, fișa cu textul studiului de caz, șevalet rotafoliu (*flip-chart*), markere, cartele colorate, caietul elevului, produse.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	Activitatea 1. Profesorul le propune elevilor să prezinte, în grupe mici, rezultatele activității individuale: <i>descrierea indicatorilor calității produsului/ serviciului din afacerea dorită (cel puțin 3); descrierea acțiunilor care pot asigura calitatea produsului/ serviciului (cel puțin 5).</i> În timpul prezentării, elevii colectează idei și întrebări care merită să fie discutate în plen. Profesorul facilitează discuția plenară pentru înlăturarea neclarităților apărute.	10 min.	Evaluarea reciprocă
	Activitatea 2. Profesorul formulează sarcina: <i>Identificați ce este comun în 3 situații (Anexa 1).</i> După ce elevii au prezentat ideile, profesorul generalizează: <i>În situațiile prezentate, riscurile posibile au devenit realitate.</i>	5-7 min.	Brainstorming
Realizarea sensului	Profesorul prezintă definiția termenului „risc”: <i>Posibilitate de a ajunge într-o primejdie, de a avea de înfruntat un necaz sau de suportat o pagubă; pericol posibil (ar fi bine ca posterul cu definiția să rămână afișat pe parcursul lecției).</i> Se organizează o discuție pentru a evidenția două aspecte importante: 1. <i>Riscurile în afacere pot să provină atât din mediul intern, cât și din mediul extern.</i> 2. <i>Riscurile sunt posibilitățile care pot să se transforme în realitate în anumite circumstanțe.</i>	10 min.	Miniprelegere

	<p>Este propusă sarcina: <i>Discutând în perechi, timp de 1 minut, identificați riscurile posibile ale unei afaceri</i> (sugerăm utilizarea unui exemplu comun pentru toată grupa de elevi).</p> <p>Ideile elevilor se colectează pe poster sau pe tablă.</p> <p>Profesorul prezintă (poate fi utilizată și prezentarea electronică) diferite tipuri de risc (Anexa 2). După prezentarea fiecărui tip de risc, elevii identifică riscurile relevante din lista compusă anterior sau, în lipsa acestora, identifică riscurile posibile din grupul dat.</p>	10 min.	GPP
	<p>Profesorul prezintă (poate fi utilizată și prezentarea electronică) diferite tipuri de risc (Anexa 2). După prezentarea fiecărui tip de risc, elevii identifică riscurile relevante din lista compusă anterior sau, în lipsa acestora, identifică riscurile posibile din grupul dat.</p>	20 min.	Prezentarea interactivă
Reflecție	<p>Profesorul formează grupuri de elevi din câte 5 persoane. Profesorul prezintă cazul Îl „Ion Vernic” (Anexa 3).</p> <p>Apoi le repartizează elevilor textul „Modalități de diminuare a riscurilor” (Anexa 4 – câte o copie pentru echipă) și explică modalitatea de realizare a sarcinii:</p> <p><i>Unul dintre elevi, în rolul moderatorului, citește prima modalitate și apoi înregistrează ideile colegilor privind posibilitatea utilizării acestei strategii în cazul Îl „Ion Vernic” (aproximativ 3 min.). Apoi, rolul moderatorului este preluat de alt elev, care prezintă următoarea modalitate.</i></p> <p>După finalizarea activității în echipe, profesorul organizează prezentarea rezultatelor – fiecare echipă, pe rând, prezintă activitățile identificate pentru o strategie. Elevii din alte echipe completează ideile.</p>	15 min.	Predarea complementară și studiu de caz
Extindere	<p>Profesorul explică sarcinile pentru activitatea individuală:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificați cel puțin 3 riscuri care sunt relevante pentru afacerea dumneavoastră. • Propuneți câte cel puțin 2 activități pentru diminuarea acestor riscuri. <p>Profesorul le explică elevilor că la lecția viitoare vor fi realizate activități de evaluare. Pentru aceasta, elevii trebuie să vină cu toate produsele elaborate de ei pe parcursul lecțiilor din cadrul modulului.</p>	10 min.	Prezentările echipelor în plen
	<p>Profesorul explică sarcinile pentru activitatea individuală:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificați cel puțin 3 riscuri care sunt relevante pentru afacerea dumneavoastră. • Propuneți câte cel puțin 2 activități pentru diminuarea acestor riscuri. <p>Profesorul le explică elevilor că la lecția viitoare vor fi realizate activități de evaluare. Pentru aceasta, elevii trebuie să vină cu toate produsele elaborate de ei pe parcursul lecțiilor din cadrul modulului.</p>	5 min.	

Anexe. Tema 2.7

ANEXA 1. IDENTIFICAȚI CE ESTE COMUN ÎN ACESTE SITUAȚII:

1. Mihai, după finalizarea studiilor de tâmplărie, a deschis un atelier de reparație și confecționare a mobilei. Inițial totul a mers bine, dar după ce numărul de comenzi a crescut, Mihai a conștientizat că nu poate găsi un alt meșter calificat.
2. Galina și Victor, brutari profesioniști, au deschis o brutărie mică. Ei au estimat că clienții lor de bază vor fi elevii și au primit acordul prealabil de la directorul școlii privind posibilitatea de a deschide o gheretă în incinta instituției. La momentul lansării afacerii, directorul școlii a fost schimbat. Directorul nou a solicitat o plată pentru arenda spațiului de 3 ori mai mare decât suma estimată de Galina și Victor.
3. Ina, pentru amenajarea atelierului de croitorie, a luat un credit de la bancă, cu rata dobânzii de 15% anual (rată flotantă). Peste jumătate de an, banca a majorat rata dobânzii până la 20%.

ANEXA 2. TIPURI DE RISC ÎN ACTIVITATEA DE ANTREPRENORIAT

Cele mai probabile riscuri antreprenoriale care pot apărea sunt:

1. **Riscuri inovatoare.** Provin din intenția de a modifica ceva în procesul de producere sau de prestare a serviciului. Pagubele legate de aceste riscuri pot fi următoarele: scurgerea informației confidențiale privind afacerea (produsul); proiectarea greșită a produsului; obținerea unor rezultate negative în urma modificărilor în procesul tehnologic; nerealizarea parametrilor teh-

nici planificați la etapa proiectării constructive și tehnologice a inovațiilor; depășirea devizului de cheltuieli în procesul cercetărilor științifice etc.

2. Riscuri de fabricație. Nefiind alăturate, acestea pot provoca probleme în procesul de producere sau prestare a serviciului. Ele sunt legate de majorarea prețurilor la materie primă sau la alte resurse necesare, accidente și defectări de utilaj, competențe profesionale reduse ale angajaților etc.

3. Riscuri comerciale. Apar în procesul comercializării producției sau al prestării serviciilor. Cel mai des întâlnite sunt: modificarea preferințelor consumatorilor, schimbarea prețurilor la produs/ serviciu, apariția noilor concurenți etc.

4. Riscuri financiare. Afectează direct finanțele afacerii. Ele pot apărea din lacunele în managementul financiar al întreprinderii, nerespectarea legislației în domeniul contabilității și impozitării, fluctuația cursului monedei naționale, evoluția dobânzilor bancare, nerespectarea termenilor de plată prevăzute în contracte, neachitarea la timp a datoriilor etc.

5. Riscuri sociale. În acest grup intră toate necazurile legate de factorul uman și provocate de schimbările în societate: atitudinea nepăsătoare a angajaților față de responsabilitățile de serviciu; obiceiurile și tradițiile (de exemplu, refuzul de a lucra în ziua de sărbătoare religioasă); procesele demografice (migrația populației, îmbătrânirea populației) etc.

6. Riscuri politice. Viața fiecărui cetățean și a afacerii depinde de cadrul legal și de politicile statului. Instabilitatea politică în țară, schimbarea frecventă a „regulilor de joc” – legislația în domeniul contabilității, impozitării, licențierii etc. – sunt cele mai des întâlnite riscuri politice.

7. Riscuri naturale. Analiza acestui grup de riscuri este foarte importantă pentru întreprinderile agricole și industria alimentară. Indirect, ele pot afecta și activitatea antreprenorilor care colaborează mult cu fermierii. Exemple de riscuri naturale: condițiile climaterice nefavorabile; cutremure; alunecări de teren; degradarea solului etc.

ANEXA 3

Studiu de caz

Domnul Ion Vernic din satul Poiana are o afacere proprie, a cărei activitate se bazează pe importul materialului săditor (viță-de-vie și pomi fructiferi de mere) din Franța.

Acest material săditor are ca avantaj o productivitate înaltă și o rezistență durabilă la înghețuri și boli, dar și un preț destul de atrăgător în raport cu materialul săditor autohton. Conform planului de afaceri elaborat, Ion Vernic a așteptat profituri înalte, dar realitatea s-a dovedit mai puțin optimistă.

O bună parte din clienții cărora le-a livrat partide destul de mari de producție (o partidă valorează în mediu 40 mii de lei) nu i-au achitat integral producția nici până în prezent, iar din momentul livrării au trecut deja 10 luni.

Totodată, Ion Vernic a constatat că produsele și culturile importate de el sunt din ce în ce mai puțin solicitate pe piață, cu toate că participă foarte activ la toate expozițiile agricole.

O altă problemă cu care s-a ciocnit antreprenorul e că din materialul săditor aflat la depozit dispar neargumentat 3-10 unități pe săptămână, fără să fie înregistrată comercializarea acestora, iar paznicul nu poate explica situația.

Fiind nedumerit de insuccesul afacerii proprii și meditănd mult în acest sens, în cele din urmă, dl Ion Vernic și-a dat seama că fostul său manager pe vânzări, care s-a concediat recent, activează într-o altă firmă înfloritoare, care la fel se ocupă de importul materialului săditor, dar produsele acestuia sunt mai ieftine și mai variate.

Sarcină: În baza celor expuse, identificați riscurile la care era/ este supusă afacerea lui Ion Vernic și indicați metodele de evitare sau diminuare a acestora (dacă aceste metode ar fi fost aplicate la timpul potrivit, nu s-ar fi ajuns la astfel de consecințe).

ANEXA 4. MODALITĂȚI DE DIMINUARE ȘI GESTIONARE A RISCURILOR

- **Evitarea riscului.** Această strategie presupune activitățile care elimină probabilitatea apariției riscului. De exemplu: depunerea zilnică a banilor la bancă elimină pierderile cauzate de posibile furturi din casa întreprinderii, respectarea cu strictețe a tuturor normelor legale elimină posibilitatea de penalizări și amenzi.
- **Limitarea riscului.** În cadrul acestei strategii sunt planificate activități care reduc posibilitatea apariției riscului. Exemple: stabilirea volumului maxim al cheltuielilor, o cotă anumită a produselor ce pot fi comercializate în credit, angajarea specialiștilor calificați și responsabili etc.
- **Diversificarea riscului.** Strategia presupune inițierea unor proiecte paralele. De exemplu: creșterea legumelor în seră și în grădină; oferirea serviciilor de transport și darea spațiilor în chirie; producerea mobilei la comandă și repararea mobilierului etc.
- **Transmiterea riscului.** În unele cazuri, responsabilitatea pentru evitarea sau minimalizarea riscului poate fi transmisă altei persoane sau companii în baza unui contract. De exemplu: contracte de păstrare și transportare a încărcăturilor, contractarea unui serviciu de pază specializat, contractarea specialiștilor pentru deservire postvânzare etc.
- **Asigurarea riscului.** Strategia presupune semnarea contractelor între antreprenor și compania de asigurare. În cazul transformării riscului în realitate, compania de asigurare compensează pierderile antreprenorului.

TEMA 2.8

Lecție de evaluare sumativă

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să evidențieze punctele forte și pe cele slabe ale produselor elaborate;
- să formuleze sugestii pentru îmbunătățirea produselor elaborate.

Metode și tehnici de învățare: autoevaluare, evaluare reciprocă, evaluare în grup, scriere reflexivă structurată.

Forme de organizare a activității: individual, în perechi, de grup, frontal.

Resurse didactice: fișe de evaluare – Nr. 1 (*Anexa 2*), Nr. 2 (*Anexa 4*) – multiplicat pentru fiecare elev; poster cu etapele evaluării (*Anexa 1*); fișa pentru reflecție (*Anexa 5*), multiplicată sau afișată pe poster; rubrici pentru evaluare (*Anexa 3*), multiplicat sau afișate pe poster.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	Etapa 1. Profesorul explică succint etapele procesului de evaluare (<i>Anexa 1</i> – pot fi prezentate pe poster sau pe tablă). Apoi reamintește rubricile de evaluare (<i>Anexa 3</i> – pot fi multiplicat sau afișate). Elevii primesc fișa de evaluare Nr. 1 și realizează prima etapă – individual, revizuiesc produsele acumulate pe parcursul acestui modul și completează prima rubrică din fișa de evaluare Nr. 1.	7-10 min. 15 min.	Activitatea plenară Autoevaluare
	Etapa a 2-a. Elevii sunt grupați în perechi. Ei analizează produsele și scriu decizia în rubrica 2 din fișa de evaluare Nr. 1. Etapa a 3-a. Dosarul împreună cu fișa de evaluare se întorc la autor. Elevii analizează notele puse de coleg și completează rubrica 3 – sunt de acord cu nota sau nu. Dacă nu sunt de acord, își argumentează opinia. Etapa a 4-a. Profesorul formează echipe din câte 4-5 persoane (e de dorit ca în aceeași echipă să nu fie partenerul care deja a realizat eva-	10-15 min. 10 min. 25-30 min.	Evaluarea reciprocă în perechi Autoevaluare Evaluarea în echipe

	luarea). Echipele primesc boxe sau plicuri cu bilețele (un bilețel – un produs). Primul elev extrage bilețelul și le prezintă colegilor produsul menționat. Colegii apreciază calitatea produsului. Rezultatele se notează în fișa de evaluare Nr. 2.		
Reflecție	<p>Etapa a 5-a. Activitate individuală. Profesorul le propune elevilor să realizeze o scriere reflexivă structurată (să fie continuate propozițiile). Modelul de fișă poate fi afișat (poster, tablă, slide) sau multiplicat pentru fiecare elev (Anexa 5):</p> <ul style="list-style-type: none"> • În cadrul modulului II, am învățat cel mai bine... • În dezvoltarea ideii proprii de afaceri, cel mai mult m-au ajutat activitățile... • În elaborarea propriului plan de afaceri, voi utiliza, cu siguranță... • Pentru ca planul meu de afaceri să fie mai real și mai bun, voi modifica/perfecționa... 	10 min.	Scrierea reflexivă structurată
Extindere	Profesorul colectează dosarele împreună cu fișele de evaluare completate. El le propune elevilor să se gândească în ce mod produsele elaborate în cadrul modulului II vor fi integrate în lucrarea finală – Planul de afaceri.	3 min.	Activitatea frontală

Anexe. Tema 2.8

ANEXA 1. ETAPELE EVALUĂRII

Etapa 1

Activitate individuală

Fiecare elev revizuieste produsele acumulate pe parcursul realizării sarcinilor individuale, le aranjează în ordine, în caz de necesitate, corectează.

Completează în fișa de evaluare rubrica „Autoevaluare”.

Etapa a 2-a

Se formează perechi. Elevii transmit dosarul cu produsele unuia și realizează evaluarea.

Rezultatele evaluării se introduc în fișa de evaluare la rubrica „Evaluarea colegului”.

Etapa a 3-a

Activitate individuală

Elevii primesc fișa de evaluare oferită de coleg și scriu alături comentarii referitor la notele puse: sunt de acord sau nu; în cazul în care nu sunt de acord, scriu argumentul.

Au dreptul să introducă modificări/ să perfecționeze produsele elaborate.

Etapa a 4-a

Evaluarea în echipe de câte 5 persoane (e de dorit să nu fie în aceeași echipă partenerul care deja a realizat evaluarea).

Elevii extrag unul după altul bilețelele cu denumirea unui produs elaborat în cadrul modulului. Fiecare prezintă produsul elaborat și colegii apreciază calitatea produsului. Rezultatele se notează în fișa de evaluare.

Etapa a 5-a

Activitate individuală

Scriere reflexivă structurată: *În cadrul modulului II, am învățat cel mai bine... În dezvoltarea ideii proprii de afaceri, cel mai mult m-au ajutat activitățile... În elaborarea propriului plan de afaceri, voi utiliza, cu siguranță... Pentru ca planul meu de afaceri să fie mai real și mai bun, voi modifica/perfecționa...*

ANEXA 2. FIȘA DE EVALUARE NR. 1

Instrucțiuni: Evaluați calitatea fiecărui produs prezentat în tabel și scrieți concluzia în rubrica respectivă. La final, faceți o evaluare sumativă.

Elevul _____

Produsul elaborat	Autoevaluare	Evaluarea partenerului	Comentariu la evaluare
Planul de implementare a unei idei de afaceri			
Descrierea etapelor producerii/prestării de servicii pentru ideea de afacere personală, numărul de angajați estimat, sarcinile specifice pentru fiecare post elaborate și organigrama desenată.			
Lista de sarcini (fișe-post) pentru angajații afacerii, elaborată. Lista cerințelor necesare incluse în contractul de angajare, elaborată.			
Fondul de salariu pentru propria idee de afacere, determinat.			
Descrierea modalităților de motivare nonfinanciară a angajaților în afacerea proprie.			
Descrierea indicatorilor calității produsului/ serviciului din afacerea dorită. Descrierea acțiunilor care asigură calitatea produsului/ serviciului.			
Identificarea riscurilor relevante pentru afacere. Planul activităților pentru diminuarea acestor riscuri.			
Concluzia sumară despre nivelul de dezvoltare a competenței de a organiza o activitate cu caracter antreprenorial, dezvoltată în cadrul modulului II.			

ANEXA 3. RUBRICI PENTRU EVALUAREA PRODUSELOR ELABORATE ÎN CADRUL MODULULUI II

Produsul evaluat	Niveluri		
	Minim (nota 5-6)	Mediu (nota 7-8)	Înalt (nota 9-10)
Planul de implementare a unei idei de afacere.	Sunt formulate 2 obiective, 3 activități. Este indicată perioada de realizare, lipsesc persoanele responsabile.	Sunt formulate 3 obiective, cel puțin o activitate pentru fiecare obiectiv. Sunt indicate perioada de realizare și persoanele responsabile.	Sunt formulate cel puțin 3 obiective, cel puțin 2 activități pentru fiecare obiectiv. Sunt indicate perioada de realizare și persoanele responsabile.
Descrierea etapelor producerii/prestării de servicii pentru ideea de afacere personală, numărul de angajați estimat, sarcinile specifice pentru fiecare post sunt elaborate și organigrama este desenată.	Etapetele sunt descrise, numărul de persoane este estimat. Lipsesc descrierea sarcinilor și organigrama sau organigrama nu este relevantă.	Lipsește descrierea sarcinilor pentru fiecare post, organigrama este neclară.	Toate cerințele sunt realizate.
Lista de sarcini (fișe-post) pentru angajații afacerii este elaborată. Lista cerințelor necesare incluse în contractul de angajare este elaborată.	Listele de sarcini și cerințe sunt elaborate. Toate sunt însă generale.	Sunt completate listele de sarcini și cerințe. Unele dintre ele nu sunt specifice.	Sunt completate listele de sarcini pentru fiecare post. Acestea sunt clare și specifice.
Fondul de salariu pentru propria idee de afacere este determinat.	Fondul de salariu este estimat intuitiv, fără aplicarea formulelor.	Fondul de salariu este estimat, dar sunt greșeli în aplicarea formulei.	Fondul de salariu este estimat conform cerințelor legale.
Descrierea modalităților de motivare nonfinanciară a angajaților în afacerea proprie.	Describe 2 modalități de motivare nonfinanciară a angajaților.	Describe 3-4 modalități de motivare nonfinanciară a angajaților. Una dintre acestea este mai puțin relevantă.	Describe cel puțin 5 modalități de motivare nonfinanciară a angajaților. Toate sunt relevante pentru afacere.
Descrierea indicatorilor calității produsului/serviciului din afacerea dorită. Descrierea acțiunilor care asigură calitatea produsului/serviciului.	Describe 2-3 indicatori ai calității produsului/serviciului. Describe 3 acțiuni care pot asigura calitatea produsului/serviciului.	Describe cel puțin 3-4 indicatori ai calității produsului/serviciului. Describe 3-5 acțiuni care pot asigura calitatea produsului/serviciului.	Describe 5 sau mai mulți indicatori ai calității produsului/serviciului. Describe mai mult de 5 acțiuni care pot asigura calitatea produsului/serviciului.
Identificarea riscurilor relevante pentru afacere. Planul de activități pentru diminuarea acestor riscuri.	Identifică 3 riscuri care sunt relevante pentru afacere. Propune 3-5 activități pentru diminuarea acestor riscuri.	Identifică 4-5 riscuri relevante pentru afacere. Propune 6-8 activități pentru diminuarea acestor riscuri.	Identifică 6 sau mai multe riscuri relevante pentru afacere. Propune cel puțin câte 2 activități pentru diminuarea acestor riscuri.

ANEXA 4. FIȘA DE EVALUARE ÎN ECHIPE

Instrucțiuni: Ascultați prezentarea produsului. Formulați întrebări de clarificare și apoi completați fișa de evaluare.

Elevul _____

Produsul prezentat pentru evaluare _____

Lucrurile reușite/ făcute bine _____

Neajunsurile _____

Sugestii pentru modificare/ îmbunătățire _____

ANEXA 5

Elevul _____

În cadrul modulului II, am învățat cel mai bine _____

În dezvoltarea ideii proprii de afaceri, cel mai mult m-au ajutat activitățile _____

În elaborarea propriului plan de afaceri, voi utiliza cu siguranță _____

Pentru ca planul meu de afaceri să fie mai real și mai bun, voi modifica/ perfecționa

Modulul



FINANȚAREA ȘI EVIDENȚA ACTIVITĂȚII ANTREPRENORIALE

18 ore (6 ore de activitate individuală)



DESCRIERE GENERALĂ:

Acest modul îi va familiariza pe elevi cu aspectele financiare de inițiere a unei afaceri, scopurile, obiectivele și metodele contabilității.

Competența dezvoltată în cadrul modulului III: Competența de a gestiona resursele financiare în diverse contexte.

Pentru dezvoltarea acestei competențe, sunt elaborate următoarele finalități modulare:

- *Estimează necesarul de capital în demararea unei afaceri.*
- *Identifică sursele de finanțare ale unei afaceri prin prisma indicatorilor financiari.*
- *Estimează eficiența financiară a unei afaceri.*
- *Operează cu noțiuni de evidență financiară a activității de antreprenariat în diverse contexte.*
- *Interpretează datele înregistrate într-un bilanț contabil.*

Modulul „Finanțarea și evidența activității antreprenoriale” urmărește scopul de a forma competențe ce țin de analiza și evidența financiară a unei afaceri. Însușirea acestor competențe le va permite elevilor să gestioneze finanțele proprii, inclusiv pentru afacerea personală. Modulul dat pune accentul pe importanța planificării necesarului de capital, care este vitală pentru realizarea unei idei de afaceri.

Un aspect metodologic important ține de tema pentru acasă, care începe să fie realizată în clasă la etapele de reflecție și/sau extindere, sub îndrumarea profesorului, și continuă acasă, creând premise pentru ca fiecare elev să o facă. La lecția următoare, la etapa de evocare, tema pentru acasă este valorificată în contextul temei noi, un element motivațional important pentru realizarea ei.

ASPECTE METODOLOGICE PRIVIND EVALUAREA

În cadrul modulului III se va evalua competența de a gestiona resursele financiare în diverse contexte. Evaluarea formativă se va aplica la fiecare lecție. Pentru aceasta, elevii vor realiza anumite sarcini care vor finaliza cu elaborarea unui produs ce poate fi evaluat și apreciat cu notă. La ultima lecție, elevii vor prezenta ideea lor de afacere în care vor reflecta toate aspectele studiate în cadrul modulului III. Astfel, produsele elaborate asigură continuitatea și motivează elevii să le facă mai calitative, deoarece știu de la început că

în baza lor vor elabora și prezenta ultimul produs – *Planul financiar pentru propria idee de afaceri*. Prezentăm, în tabelul ce urmează, subiectele abordate și tema pentru acasă, adică produsul elaborat care poate fi evaluat de profesor.

Nr. temei	Tema lecției	Nr. de ore	Produsul/ Tema pentru acasă
3.1	Capitalul necesar pentru afacerea mea	2	Necesarul de capital calculat pentru propria afacere
3.2	Sursele de finanțare a afacerii	2	Sursele de finanțare pentru propria afacere
3.3	Venituri și cheltuieli	4	Cheltuielile lunare necesare pentru propria idee de afaceri
3.4	Noțiuni fundamentale de evidență contabilă	2	Lista patrimoniului pentru propria afacere, inclusiv câteva cheltuieli și câteva venituri specificate
3.5	Conturi contabile	2	Registrul-jurnal pe prima lună de activitate pentru propria idee de afacere
3.6	Structura și elementele de bază ale unui bilanț contabil	2	Bilanțul contabil, conform principiului dublei înregistrări, pentru prima perioadă de gestiune a propriei afaceri
3.7	Eficiența economico-financiară a afacerii. Rentabilitatea afacerii	2	Rentabilitatea afacerii proprii
3.8	Lecție de evaluare	2	Prezentarea <i>Planului financiar pentru propria idee de afaceri</i> , în care se reflectă toate aspectele studiate în cadrul modulului III

După cum am menționat anterior, produsul final pentru modulul III este *Planul financiar pentru propria idee de afaceri*. Instrumentul de evaluare aplicat este evaluarea reciprocă în baza rubricilor de evaluare. Cadrele didactice vor evalua prezentarea *Planului financiar pentru propria idee de afaceri* în baza unor rubrici prezentate mai jos.

RUBRICI PENTRU EVALUAREA PROGNOZEI FINANCIARE ÎN PROPRIA IDEE DE AFACERI

Aspecte evaluate	Niveluri		
	Minim (nota 5-6)	Mediu (nota 7-8)	Înalt (nota 9-10)
Sursele de finanțare pentru propria afacere	Comite greșeli în identificarea necesarului de capital, dar numește 1-2 surse de finanțare.	Identifică necesarul de capital și descrie 1-2 surse posibile de finanțare.	Identifică necesarul de capital și descrie 2-3 surse reale de finanțare.
Patrimoniu	Înțelege greșit noțiunea de patrimoniu, dar prezintă câteva cheltuieli pentru afacerea proprie.	Explică esența noțiunii de patrimoniu și prezintă o listă a patrimoniului pentru propria afacere.	Explică esența noțiunii de patrimoniu și prezintă o listă a patrimoniului pentru propria afacere, inclusiv câteva cheltuieli și câteva venituri.
Rentabilitatea afacerii	Prezintă cu dificultăți rentabilitatea afacerii proprii.	Prezintă rentabilitatea afacerii proprii.	Prezintă argumentat rentabilitatea afacerii proprii.

Bilanțul contabil	Explică cu erori esența unui bilanț contabil.	Explică esența unui bilanț contabil.	Explică esența și structura unui bilanț contabil.
	Nu poate corela aceste cunoștințe cu afacerea proprie.	Prezintă bilanțul contabil pentru prima perioadă de gestiune a propriei afaceri.	Prezintă bilanțul contabil, conform principiului dublei înregistrări, pentru prima perioadă de gestiune a propriei afaceri.
Cheltuieli	Identifică, cu sprijinul colegilor sau al profesorului, cheltuielile lunare necesare pentru propria afacere.	Identifică, cu mici erori, cheltuielile lunare necesare pentru propria afacere.	Identifică cheltuielile lunare necesare pentru propria afacere.
	Nu elaborează un registru-jurnal pentru prima lună de activitate.	Elaborează un registru-jurnal pentru prima lună de activitate.	Elaborează și prezintă un registru-jurnal pentru prima lună de activitate.
Prognoza financiară	Prezintă cu dificultăți prognoza financiară în public, comite greșeli de terminologie. Face o prezentare în Power Point sau pe un poster.	Prezintă prognoza financiară în public, utilizând un limbaj specific, parțial corect din punctul de vedere al terminologiei. Face o prezentare în Power Point sau pe un poster.	Prezintă prognoza financiară în public, utilizând un limbaj coerent, specific, corect din punctul de vedere al terminologiei. Face o prezentare în Power Point sau pe un poster.

TEMA 3.1

Capitalul necesar pentru afacerea mea

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să prezinte resursele necesare pentru inițierea afacerii conform tipurilor de resurse;
- să calculeze cheltuielile necesare pentru inițierea unei afaceri;
- să argumenteze importanța estimării cheltuielilor de lansare a afacerii.

Metode și tehnici de învățare: discuție, problematizare, GPP, studiu de caz, generalizare categorială, proiect de grup, miniprelegere.

Forme de organizare a activității: frontal, de grup, în perechi, individual.

Resurse didactice: postere, 8 markere de diferite culori, afișier (*pinboard*), coli A3, coli A4, șevalet rotafoliu (*flip-chart*), scheme prezentate pe coli A1, caietul de sarcini pentru elevi (suport de curs la disciplină).

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	<p><i>Întrebări:</i></p> <p>1. Recent, unii dintre voi au avut în familie anumite sărbători (zi de naștere, nuntă etc). Ce cheltuieli au fost necesare pentru a organiza aceste sărbători?</p> <p>2. Dar pentru inițierea unei afaceri, de ce cheltuieli este nevoie?</p> <p>După fiecare întrebare se organizează discuții.</p> <p>Profesorul va fixa răspunsurile pe tablă, apoi va anunța că pe parcursul lecției vor afla dacă acestea sunt toate cheltuielile necesare sau nu.</p> <p>Anunțarea temei și a obiectivelor pentru activitatea didactică.</p>	5 min.	Discuție euristică
		5 min.	Brainstorming GPP

Realizarea sensului	<p><i>Sarcină:</i> Distribuți resursele necesare inițierii unei afaceri în 3 categorii: resurse umane, resurse financiare și resurse materiale. Categoriile de resurse sunt reprezentate pe șevaletul rotafoliu.</p> <p>Profesorul completează răspunsurile elevilor. Elevii înregistrează schema de pe poster pe caiete.</p> <p>Profesorul distribuie elevii în 3 grupuri și le împarte fișe cu categoriile de resurse. Se dau sarcinile din <i>Anexa 1</i>.</p> <p>Fiecare grup face o miniprezentare.</p> <p>Profesorul rezumă răspunsurile elevilor, prezentând scheme-rezumat referitor la fiecare din resurse.</p> <p>Categoriile de resurse sunt reprezentate pe 3 coli A1. Elevii înregistrează schema de pe coli pe caiete.</p> <p>Profesorul explică principalele categorii de capital printr-o prezentare realizată pe coli de hârtie format A1.</p> <p>Elevii sunt împărțiți în 4 grupuri.</p> <p>Toate grupurile primesc același studiu de caz.</p> <p><i>Sarcină:</i> Analizați studiul de caz și calculați necesarul de capital pentru inițierea atelierului de croitorie, completând tabelul (<i>Anexa 2</i>).</p> <p>Studiu de caz: „Făcând un studiu de piață, Maria (cusătoreasă) a constatat că există o cerere mărită la pijamale din bumbac pentru copii, care se vând la un preț mediu de 150 lei/bucata. Având economii proprii de 22 600 lei, Maria hotărăște să inițieze un atelier de croitorie. Conform cercetărilor efectuate, ea a stabilit că ar putea coase, împreună cu mama sa, câte 4 unități pe zi. Având un program de 5 zile pe săptămână, ele vor confecționa 80 de pijamale pe lună. Pentru aceasta, Maria are nevoie de 2 mașini de cusut a câte 2 500 lei, câte un salariu pentru fiecare de 1 200 lei, aparat de casă – 2 600 lei, telefon – 300 lei, mobilier – 2 350 lei. Pentru o unitate de producție va fi nevoie de 1,2 m de țesătură la prețul de 50 lei/m și furnitură în sumă de 10 lei. Atelierul va fi amplasat în localul propriu, care necesită pentru adaptare cheltuieli în sumă de 2 000 lei. Întreținerea atelierului – 1 000 lei/lunar (servicii comunale și telefonice). Vor mai apărea alte cheltuieli operaționale, în sumă de 2 000 lei. Cheltuielile de înregistrare a întreprinderii: înregistrarea la Inspectoratul Fiscal și Camera de Comerț – 1 200 lei, confecționarea ștampilei – 250 lei, obținerea diferitor autorizații – 800 lei.</p> <p>Elevii rezolvă în grup, apoi trece la tablă câte un reprezentant al fiecărui grup și completează tabelul la compartimentul solicitat.</p>	<p>9 min.</p> <p>16 min.</p> <p>10 min.</p> <p>20 min.</p>	<p>Brain-writing/ Activitate de grup</p> <p>Miniprelegere</p> <p>Generalizare categorială</p> <p>Studiu de caz/ Problematizare (Caiet de sarcini pentru elevi)</p> <p>Activitate de grup</p> <p>Prezentări în lanț</p>
Reflecție	<p>Elevii sunt împărțiți în 4 grupuri.</p> <p>Fiecărui grup i se propune un studiu de caz cu următoarea sarcină: calcularea necesarului de capital pentru inițierea afacerii descrise în studiul de caz primit și completarea tabelului corespunzător (<i>Anexa 3</i>).</p> <p>După prezentările făcute de grupuri, profesorul solicită elevilor să răspundă la o întrebare (în scris sau oral): „De ce este nevoie să calculezi necesarul de capital?”</p>	<p>22 min.</p>	<p>Proiect de grup</p> <p>Prezentare/ Discuții</p>
Extindere	<p><i>Sarcină:</i> Calculați necesarul de capital pentru propria idee de afacere.</p>		

Anexe. Tema 3.1

ANEXA 1. SARCINI

Sarcini pentru fișa „Resurse financiare“:

1. Definiți resursele financiare.
2. Numiți modalitățile de obținere a resurselor financiare.
3. Prezentați avantajele și dezavantajele diverselor modalități de obținere a resurselor financiare.

Sarcini pentru fișa „Resurse materiale“:

1. Definiți resursele materiale.
2. Descrieți tipurile de resurse materiale.
3. Exemplificați importanța diverselor tipuri de resurse materiale pentru bunul mers al afacerii.

Sarcini pentru fișa „Resurse umane“:

1. Definiți resursele umane.
2. Prezentați categoriile de resurse umane și modalitățile de organizare a acestora.
3. Descrieți procesul de încadrare a resurselor umane într-o afacere.

ANEXA 2. CALCULAREA NECESARULUI DE CAPITAL PENTRU INIȚIEREA ATELIERULUI DE CROITORIE

Categoria de cheltuieli	Conținutul operațiilor economice	Suma, lei
1. Cheltuieli de înregistrare a afacerii		
2. Cheltuieli pentru amenajarea atelierului (reparație, rețea electrică etc.)		
3. Procurarea mașinilor de cusut		
4. Procurarea meselor, rafturilor, aparatului de casă, telefonului		
5. Procurarea materiei prime și a materialelor pentru 80 de unități		
6. Fondul de salarizare pe o lună, inclusiv defalcări în fondul social și asigurarea medicală		
7. Cheltuieli de întreținere a atelierului (plăți comunale, аренда localului, servicii de curățenie etc.)		
8. Alte cheltuieli operaționale neprevăzute		
TOTAL MIJLOACE BĂNEȘTI		

Studiu de caz nr. 1

După absolvirea școlii profesionale, Ana a decis să deschidă un atelier de croitorie. Motivația a venit de la numărul mare de solicitări din comunitate, precum și de la solicitarea unui antreprenor (Vasile) din orașul Bălți, care era interesat să colaboreze cu Ana. Vasile intenționa să procure în fiecare lună câte 20 de rochii de mireasă. Oferta era foarte bună, doar că Vasile a pus condiția ca contractul să fie încheiat cu o persoană juridică și toate achitățile să fie făcute prin transfer. A venit timpul ca afacerea să fie înregistrată.

Ana are nevoie de 2 mașini de cusut la preț de 3 000 lei fiecare, o mașină de tivit la preț de 2 000 lei și materiale ajutoare (foarfecă, rigle, fier de călcat cu aburi etc.) în valoare de 2 300 lei. Pe lângă acestea, Ana mai are nevoie de un aparat de casă de 2 000 lei, mobilier în valoare de 2 500 lei, telefon – 300 lei. În atelier va lucra Ana și prietena ei din sat, fiecare dintre ele având un salariu net de 7 000 lei. Absolut toate materialele pentru rochiile de mireasă sunt aduse de antreprenor, Ana are doar cheltuieli de uzură a echipamentului și menținere a spațiului, care constituie aproximativ 2 000 lei/lună. Pentru înregistrarea întreprinderii la Inspectoratul Fiscal și Camera de Comerț au fost necesari 1 200 lei, la confecționarea ștampilei s-au cheltuit 250 lei și pentru obținerea diferitor autorizații – 800 lei. Alte cheltuieli operaționale vor constitui 1 470 lei.

Studiu de caz nr. 2

Vasile a decis să deschidă o afacere mai neobișnuită. În discuțiile cu sora sa, care este studentă la medicină, el a observat că ea este nemulțumită de modul în care sunt cusute halatele medicale, pentru că medicii nu arată suficient de elegant în acestea. Vasile, care învață la croitorie, i-a propus surorii să facă un design al unui halat, iar el să coase halatul după modelul propus. Din prima zi în care sora lui Vasile a îmbrăcat halatul la colegiu, celelalte studente s-au arătat dispuse să procure și ele câte un halat similar. Așa a pornit afacerea lui Vasile.

Vasile a reușit să găsească un furnizor de materie primă la preț angro – toate cheltuielile pentru materia primă pentru un halat sunt de aproximativ 90 lei. Vasile coase halatele acasă. El are 2 mașini de cusut la prețul de 2 000 lei fiecare și un surfilator la prețul de 3 000 lei. Vasile reușește să coase 2-3 halate pe zi, în funcție de timpul disponibil, pentru că merge și la cursuri.

Procedurile legate de înregistrarea afacerii au constituit 2 250 lei, plus procurarea aparatului de casă de 1 900 lei. Vasile și-a stabilit un salariu de 3 000 lei, de asemenea și-a angajat sora (pe durata timpului ei liber) cu un salariu de 2 000 lei. Cheltuielile pentru serviciile comunale vor constitui 1 500 lei/lună. Pentru alte cheltuieli operaționale, s-au rezervat 1 500 lei lunar.

Studiu de caz nr. 3

În condițiile crizei financiare actuale, Adrian a decis să deschidă un atelier de reparație a hainelor. Pentru aceasta el a închiriat în incinta unui magazin alimentar din vecinătate 8 m² la prețul de 1 000 lei/lună, plus serviciile comunale, care constituie 1 000 lei lunar. Adrian și-a procurat o mașină de cusut de 4 000 lei și un surfilator de 4 000 lei. Adrian stabilește prețul în funcție de timpul necesar pentru reparația hainei, iar anumite materiale necesare pentru reparație sunt adăugate la preț. Adrian a decis că prețul pentru o oră de lucru este de 200 lei. Adrian lucrează asupra comenzilor în medie 4 ore pe zi, restul timpului este dedicat pentru comunicarea cu clienții, procurarea materialelor și promovarea serviciilor pe internet.

Studiu de caz nr. 4

Nicoleta a absolvit cu brio școala profesională la specialitatea de cusătoreasă și împreună cu prietena sa de școală, Lilia, au decis să deschidă un atelier de croitorie și să coase rochii de tricot. Înregistrarea afacerii, confecționarea ștampilei și obținerea autorizațiilor au costat 2 500 lei. Pentru aceasta Nicoleta a procurat 2 mașini de cusut a câte 2 600 lei, o mașină de surfilat de 3 500 lei și o mașină de tivit cu 2 000 lei, iar Lilia a găsit un spațiu pentru atelier, cu costul de arendă de 1 300 lei/lună. Adaptarea localului pentru deschiderea atelierului a constituit 2 000 lei. Nicoleta și Lilia vor coase 4 rochii pe zi. Pentru fiecare rochie va fi nevoie de 3 m de țesătură la preț de 75 lei/m și furnitură în sumă de 15 lei. Procurarea mobilierului, telefonului și a aparatului de casă necesită 5 650 lei. Fetele și-au stabilit un salariu a câte 3 000 lei lunar. Serviciile comunale vor constitui 1 300 lei. Pentru cheltuieli neprevăzute s-au rezervat 2 000 lei.

ANEXA 3. RESURSE NECESARE

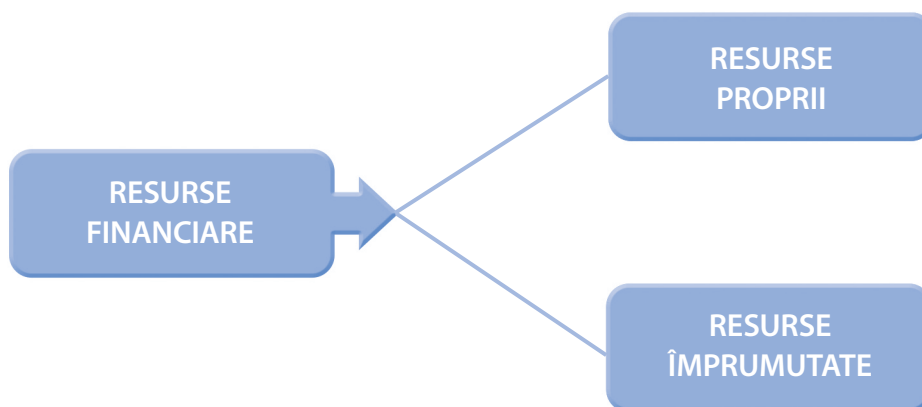
I. Coală A1 „Resurse necesare pentru inițierea unei afaceri“

RESURSE NECESARE:



II. Coală A1 „Resurse financiare“

Resursele financiare reprezintă totalitatea drepturilor și obligațiilor ce pot fi exprimate în bani și care aparțin unei persoane fizice și juridice ale cărei nevoi sunt destinate să le satisfacă.



Principalele modalități prin care un tânăr/ o tânără antreprenor/ antreprenoare poate obține resurse financiare sunt:

- rude, prieteni, cunoștințe;
- fonduri nerambursabile/ programe de granturi;
- instituții de microfinanțare/ bănci comerciale;
- companii leasing etc.

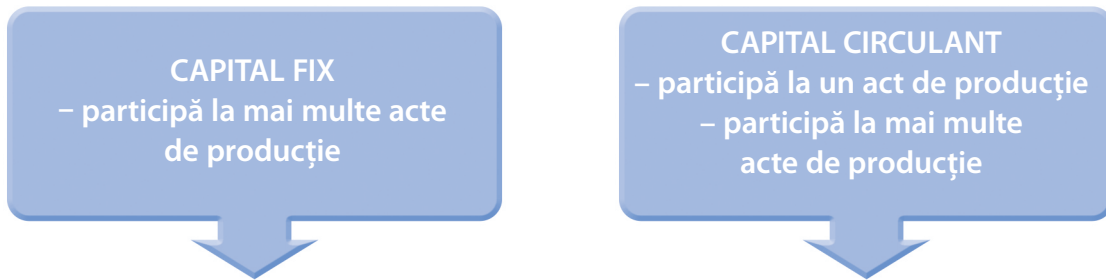
III. Coală A1 „Resurse materiale“

Resursele materiale reprezintă bunurile produse prin muncă și utilizate pentru producerea altor bunuri și/ sau servicii destinate vânzării.

Resursele materiale (capitalul) atrase în activitatea economică a întreprinderii/ instituției/ organizației reprezintă bunurile produse prin muncă și utilizate pentru producerea altor bunuri și/ sau servicii.

Capitalul poate fi de două feluri:

- 1) *capital fix*: participă la mai multe cicluri de producție, se consumă treptat și se înlocuiește după mai mulți ani de utilizare (clădiri, utilaje, mijloace de transport);
- 2) *capital circulant*: se consumă la fiecare ciclu de producție și se înlocuiește pentru fiecare ciclu de producție (materia primă, consumabile, energie).



IV. Coală A1 „Resurse umane“

Resursele umane sunt cele mai importante resurse din cadrul unei întreprinderi/ companii/ instituții/ organizații, fiind cele care dirijează toate celelalte resurse în procesul de producție/ prestare servicii și fiind singura sursă de creație și inovație în cadrul oricărei instituții/ companii/ întreprinderi.

Totalitatea resurselor umane disponibile formează personalul întreprinderii.

Categoriile de resurse umane:

- personal cu funcții de conducere și execuție: conducerea întreprinderii (director, contabil-șef), conducerea departamentelor (șef serviciu, șef birou, șef secție), executori (ingineri, economiști, maiștri);
- personal operativ: format din lucrători din telecomunicații, transport, electricieni;
- muncitori, care pot fi: calificați sau necalificați, direcți sau indirecti.

Încadrarea personalului:

1. Recrutarea: se realizează prin analiza ofertei de pe piața muncii și a nevoilor de personal ale instituției, întreprinderii/ firmei.
2. Selectarea: presupune parcurgerea următoarelor etape:
 - a) depunerea dosarului, care conține: CV, scrisoare de intenție, cerere de angajare;
 - b) testarea pentru angajare, care presupune: condiții de lucru standard, timp de lucru, chestionarea candidaților, evaluarea la computer;
 - c) interviul pentru angajarea candidatului, care îi oferă angajatorului posibilitatea de a cunoaște personalitatea candidatului, comportamentul, competențele acestuia și gradul de compatibilitate;
 - d) interviul final – scopul interviului final de selecție este cunoașterea precisă a aptitudinilor candidaților preselecți, a motivațiilor acestora;
 - e) verificarea referințelor, care presupune culegerea unor informații despre studii, locul de muncă ocupat anterior, informații financiare, personale;
 - f) evaluarea procesului de selecție și luarea deciziei privind angajarea personalului selectat.
3. Angajarea și încadrarea personalului.

TEMA 3.2

Sursele de finanțare a afacerii

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să descrie sursele de finanțare a afacerii;
- să caracterizeze programele de finanțare și susținere a IMM;
- să selecteze oferta optimă de finanțare;
- să argumenteze avantajele/ dezavantajele utilizării surselor împrumutate.

Metode și tehnici de învățare: GPP, brainwriting, mozaic, sarcină algoritmică, studiu de caz, Graficul T.

Forme de organizare a activității: individual, de grup.

Resurse didactice: coli A4, A3, markere pentru fiecare grup, surse de finanțare, programe de finanțare multiplicat, oferte de finanțare pentru fiecare echipă.

Etapale cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	<p>Activitatea 1. Elevii prezintă în perechi rezultatele calculelor capitalului necesar pentru inițierea afacerii proprii. În urma discuției, se formulează întrebări pentru clarificare. Profesorul, implicând alți elevi, răspunde la întrebările apărute.</p> <p>Activitatea 2. Pentru a iniția o afacere, sunt necesare resurse financiare. Pentru antreprenori este semnificativ să valorifice oportunitățile de finanțare a propriei afaceri.</p> <p><i>Sarcină:</i> Scrieți pe foaie câte o idee care ar putea să faciliteze rezolvarea problemei: „De unde ar putea un tânăr antreprenor să obțină surse pentru finanțarea propriei afaceri?”</p> <p>Ideile sunt sistematizate și scrise pe poster de fiecare grup.</p> <p>Prezentarea posterelor.</p>	20 min.	<p>GPP</p> <p>Brainwriting</p> <p>Activitate individuală, de grup</p>
Realizarea sensului	<p>Profesorul creează grupuri de câte 4-5 elevi. Explică laconic etapele tehnicii Mozaic:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fiecare membru al echipei va primi un fragment al informației și va deveni „expert”. 2. Elevii cu același fragment de informație se vor aduna, în grupuri de „experți”, și vor clarifica cele mai importante aspecte ale acestui fragment. 3. „Experții” revin în echipele inițiale și fiecare, pe rând, va explica esența fragmentului. <p>Profesorul le repartizează elevilor fragmentele din informația privind sursele de finanțare a unei afaceri (<i>Anexa 1</i>).</p> <p>Individual, fiecare elev citește informația din fragmentul primit și identifică legătura cu ideile formulate la etapa de evocare (<i>3 minute</i>).</p> <p>Profesorul le propune elevilor să formeze echipe de „experți”. Sarcina „experților” – de a evidenția specificul sursei de finanțare, de a formula argumente privind avantajele și limitele acestei surse de finanțare. „Experții” lucrează aproximativ 5 minute. Fiecare „expert”, la sfârșitul discuției, trebuie să le transmită membrilor echipei de bază concluziile la care au ajuns „experții”.</p> <p>„Experții” revin în echipele inițiale. În urma prezentării experților, fiecare elev trebuie să aibă un tabel care prezintă avantajele și limitele surselor studiate (model: <i>Anexa 2</i>). Fiecare prezintă concluziile: ce surse de finanțare sunt potrivite pentru ideile de afaceri ale membrilor echipei.</p> <p><i>Sarcini:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Completați Graficul T, în care să argumentați avantajele și dezavantajele utilizării surselor împrumutate pentru finanțarea afacerii. • Caracterizați două programe de finanțare și susținere a micilor afaceri (www.finantare.gov.md; www.odimm.md; <i>Anexa 2</i>), conform următorului algoritm: <ul style="list-style-type: none"> – denumirea programului; – organizația care oferă programul; – scopul programului; 	<p>15 min.</p> <p>20 min.</p> <p>20 min.</p>	<p>Mozaic/ Activitate individuală, de grup</p> <p>Sarcină algoritmică/ Activitate de grup</p> <p>Studiu de caz/ Activitate de grup</p>

	– beneficiarii programului; – contacte. Prezentări.		
Reflecție	Profesorul împarte elevii în 4 echipe și distribuie fiecărui grup oferta de finanțare (<i>Anexa 4</i>). <i>Sarcini:</i> • Selectați sursa optimă de finanțare pentru studiul de caz al grupului. Pentru fiecare grup, câte un studiu de caz (<i>Anexa 4</i>). • Argumentați alegerea făcută. Prezentarea echipelor.	15 min.	Studiu de caz/ Activitate în 4 grupuri
Extindere	<i>Sarcină:</i> Identificați sursele de finanțare pentru propria idee de afacere.		

Anexe. Tema 3.2

ANEXA 1. SURSELE DE FINANȚARE A UNEI AFACERI

Fragmentul 1 – *Prieteni și rude*

Odată ce antreprenorul și-a evaluat propriile economii și a calculat că acestea nu sunt suficiente, probabil că este nevoie să împrumute bani de la prieteni și rude. Această sursă este folosită de mulți antreprenori, îndeosebi la etapa de inițiere a afacerii. Cel mai mare risc legat de această sursă de finanțare constă în punerea în pericol a relației cu aceste persoane, în cazul în care eșuează afacerea. Prin urmare, este important ca investițiile lor să fie tratate în același fel ca și cum ar fi de la o bancă sau altă sursă externă de capital. Respectiv, urmează să se cadă de acord asupra condițiilor și termenelor de rambursare a împrumutului luat de la persoanele apropiate. În funcție de natura afacerii, acest tip de finanțare ar putea fi suficient pentru a suplini fondurile personale.

Fragmentul 2 – *Instituțiile de microfinanțare*

Aceste instituții sunt folosite în calitate de surse externe pentru finanțarea noilor afaceri. Prima preocupare a instituțiilor de microfinanțare și a băncilor comerciale la momentul evaluării unei cereri privind acordarea creditelor este identificarea capacității solicitantului de a rambursa creditul.

Capacitatea de rambursare a creditului este determinată de mai mulți factori, dar cei mai importanți sunt: 1) personalitatea solicitantului de credit și 2) aptitudinea acestuia privind administrarea afacerii. Această capacitate și factorii numiți vor fi justificați prin următoarele documente și informații:

- fluxul de numerar adecvat care va asigura finanțarea afacerii și rambursarea creditului;
- patrimoniul întreprinderii și calitatea acestuia;
- coeficientul de îndatorare – indicator ce caracterizează gradul de autonomie financiară a unei companii, adică independența sa față de creditori. Se calculează ca un raport între capitalurile proprii și datoria pe termen lung și mediu (sau datoria totală care cuprinde și pasivul exigibil pe termen scurt);
- istoria de creditare, dacă antreprenorul a beneficiat de alte credite anterior;
- capacitatea de asigurare a rambursării creditului (gajul). Instituțiile de microfinanțare din Republica Moldova și, cu atât mai mult, băncile comerciale nu-și vor asuma riscuri prea mari în cazul unor afaceri mici nou-create, în special, este de menționat faptul că băncile comerciale au responsabilitatea de a asigura securitatea depozitelor cetățenilor, de aceea sunt obligate să obțină o încredere maximală privind rambursarea creditelor.

Fragmentul 3 – *Creditul bancar: modalitățile de obținere și costurile acestuia*

Solicitarea unui credit de la instituțiile de microfinanțare sau de la bănci comerciale, și anume:

- să colecteze informații despre produsele financiare existente la instituțiile financiare (bănci, organizații microcreditare);

- să aleagă instituția și produsul financiar în funcție de afacere și condițiile de finanțare și alte facilități oferite;
- să elaboreze un plan de afaceri;
- să pregătească setul de documente solicitate de instituția financiară;
- să evalueze corect garanțiile disponibile, pentru asigurarea creditului (gajului) și să apeleze la specialiști, dacă este necesar;
- să țină cont de taxele suplimentare care pot fi prevăzute în contractul de creditare. Creditul reprezintă un împrumut acordat în bani de o parte (denumită „creditor”, de exemplu, o bancă) unei alte părți (denumită „debitor”) pe o perioadă determinată de timp cu o dobândă stabilită în funcție de riscul pe care și-l asumă creditorul sau de reputația debitorului și cu un grafic de rambursare (întoarcere a sumei împrumutate), la încheierea căruia debitorul restituie suma împrumutată plus o anumită dobândă (procent).

Băncile din Moldova oferă credite în lei sau în valută străină.

Fragmentul 4 – Leasingul ca formă de finanțare

Leasingul reprezintă o formă de arendă pe termen lung, caracterizată prin transmiterea în folosință a echipamentului, instalațiilor, mijloacelor de transport etc. în schimbul plății chiriei. El se bazează pe trei principii de bază: termenul de scadență, rambursabilitatea și plata. Procesul de leasing include următoarele etape:

1. Beneficiarul (locatarul) ia legătura cu firma de leasing (locatorul) pentru obținerea în leasing a echipamentului.
2. Firma de leasing încheie două contracte: unul, cu privire la vânzare–cumpărare, cu proprietarul sau producătorul echipamentului, și altul, cu privire la leasing, cu beneficiarul.
3. Firma de leasing achită întreprinderii producătoare prețul echipamentului.
4. Are loc livrarea echipamentului locatarului.
5. Locatarul achită firmei de leasing plata pentru folosirea echipamentului și comisioanele. Cele mai înalte produse de leasing sunt automobilele, utilajele și echipamentele. Înainte de a apela la leasing, întreprinzătorul trebuie să evalueze avantajele și dezavantajele lui.

ANEXA 2. AVANTAJELE ȘI LIMITELE DIFERITOR SURSE DE FINANȚARE

	Avantaje	Limite
Prieteni și rude		
Instituții de microfinanțare		
Credit bancar		
Leasing		

ANEXA 3. PROGRAME DE FINANȚARE ȘI SUSȚINERE A MICILOR AFACERI¹

Grupul I

PROGRAMUL DE ATRAGERE A REMITENȚELOR ÎN ECONOMIE „PARE 1+1”

Obiective: Programul PARE 1+1 are drept scop mobilizarea resurselor umane și financiare ale lucrătorilor emigranți moldoveni în dezvoltarea economică durabilă a Republicii Moldova prin stimularea înființării și dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii de lucrătorii migranți și beneficiarii de reamitențe. Programul va activa în baza regulii „1+1”, astfel fiecare leu investit din reamitențe va fi suplinit cu un leu în formă de grant din cadrul Programului-pilot.

¹ Informația privind programele de finanțare și susținere a micilor afaceri trebuie actualizată anual.

Grup-țintă: Lucrători emigranți, cetățeni ai Republicii Moldova și beneficiari de remitențe – rude de gradul I.

Activitățile principale: Programul prevede următoarele activități:

- organizarea cursurilor de instruire antreprenorială pentru migranți și rudele de gradul I ale acestora, inclusiv distribuirea gratuită a materialelor informative și de suport;
- asistarea gratuită a antreprenorilor la inițierea afacerii și post-crearea afacerilor, inclusiv elaborarea business planurilor;
- acordarea granturilor în proporții de 50% din valoarea investiției, dar nu mai mult de 200 mii de lei.
- efectuarea monitorizării post-finanțare.

Contacte:

Adresa: str. Serghei Lazo 48, of. 301, Chișinău, Republica Moldova

Telefon: 22 50 01/ fax: 29 57 97

E-mail: office@odimm.md

Web: www.odimm.md, www.businessportal.md

PROGRAMUL NAȚIONAL DE ABILITARE ECONOMICĂ A TINERILOR: PNAET

Obiective: Dezvoltarea aptitudinilor antreprenoriale ale tinerilor, bazate pe cunoașterea și gestionarea optimă a resurselor și facilitarea accesului tinerilor antreprenori la resurse financiare necesare inițierii și dezvoltării unei afaceri proprii.

Grup-țintă: Programul este destinat persoanelor tinere cu vârsta cuprinsă între 18 și 30 de ani, care doresc: să-și dezvolte abilitățile antreprenoriale, să lanseze o afacere proprie în zonele rurale și/sau să-și extindă propria afacere în zonele rurale, creând noi locuri de muncă.

Activitățile principale: Programul cuprinde trei componente de implementare:

(1) instruire și consultanță antreprenorială (implementator – Organizația pentru Dezvoltarea Întreprinderilor Mici și Mijlocii (ODIMM)); (2) obținerea creditelor preferențiale în valoare maximă de până la 300 000 lei (perioada de rambursare – maxim 5 ani) cu o porțiune de grant nerambursabil (40%) (implementator – Directoratul Liniei de Credit (DLC)); (3) Monitorizarea post-finanțare (DLC).

Contacte:

ODIMM

Adresa: str. Serghei Lazo 48, of. 311, Chișinău, Republica Moldova

Telefon: 22 57 99/ fax: 29 57 97

E-mail: office@odimm.md, **Persoana de contact: Ana Sochirca**

Web: www.odimm.md, www.businessportal.md

DLC

Adresa: str. Bănulescu-Bodoni 57/1, Chișinău

Telefon: 23 82 46 / fax: 23 82 48

Grupul II

FGC: FONDUL SPECIAL DE GARANTARE A CREDITELOR

Obiectiv: Facilitarea accesului întreprinderilor micro și mici la resursele financiare.

Grup-țintă: Întreprinderile micro și mici ce activează pe întreg teritoriul Republicii Moldova.

Activitățile principale: Acordarea garanției la credit agenților economici care nu dispun de suficient gaj.

Pentru întreprinderile active, garanția reprezintă până la 50% din mărimea creditului, dar nu mai mult de 700 mii de lei, pe o perioadă de până la 5 ani. Iar pentru întreprinderile nou-create,

garanția poate reprezenta maxim 70% din suma creditului, dar nu mai mult de 300 mii de lei. Perioada de garantare este de până la 3 ani.

Contacte:

Adresa: str. Serghei Lazo 48, of. 301, Chișinău, Republica Moldova

Telefon: 22 50 79/ fax: 29 57 97

E-mail: office@odimm.md, **Persoana de contact: Tatiana Chiriac**

Web: www.fgc.odimm.md, www.businessportal.md

JNPGA: PROGRAMUL DE SUSȚINERE ȘI DEZVOLTARE A SECTORULUI ÎMM

Obiectiv: Promovarea eforturilor privind ajustările economice structurale prin facilitarea procurării de ÎMM a unui vast sortiment de echipament de producere.

Grup-țintă: Întreprinderile mici și mijlocii de pe întreg teritoriul Republicii Moldova (cu excluderea mun. Chișinău și Bălți).

Activitățile principale: Procurarea de echipament în regim de leasing pe o perioadă de un an, cu oferirea unui grant de 40%. Valoarea procurării variază de la 500 mii de lei până la 2,5 mil. de lei.

Contacte:

Adresa: bd. Ștefan cel Mare 180, biroul 812, Chișinău

Telefon: 29 67 18/ fax: 29 67 19

E-mail: office.giu@jnpga.md, **Persoana de contact: Alexandru Ceban**

Web: <http://www.jnpga.md>

Grupul III

ROGRAMUL RURAL DE REZILIENȚĂ ECONOMICĂ-CLIMATICĂ INCLUZIVĂ (IFAD VI) – INFRASTRUCTURĂ

Tip de finanțare: granturi/ subvenții.

Scopul finanțării: granturi parțiale pentru dezvoltarea infrastructurii publice rurale de reziliență rurală și creștere economică.

Beneficiari eligibili: ÎMM rurale care practică activități agricole, asociații, cooperative și alte organizații de producători agricoli.

Investiții eligibile: construcția/ reparația segmentelor de drum și poduri care sporesc accesul beneficiarilor la zonele de producere, procesare și comercializare a produselor agricole; construcția rețelelor de alimentare cu apă potabilă și pentru irigare, pentru dezvoltarea activităților de antreprenariat în domeniul agroalimentar; construcția infrastructurii de piață agricolă.

Suma grantului: maxim 200 000 dolari SUA. Contribuția beneficiarilor trebuie să fie de cel puțin 15%.

Disponibil prin: UCIP-IFAD.

Informații suplimentare: UCIP-IFAD.

Contacte:

Adresa: bd. Ștefan cel Mare 162, of. 1301-1305, Chișinău, Republica Moldova

Telefon/ Fax: + 373 22 21 00 56/ 22 50 46/ 21 05 42

Web: www.ifad.md

Finanțator: Fondul Internațional pentru Dezvoltarea Agricolă (IFAD)

Expiră pe data: 10/30/2020

Bugetul total – USD: 3,8 mil.

Etapa de dezvoltare a afacerii: extinderea afacerii

PROGRAMUL RURAL DE REZILIENȚĂ ECONOMIC-CLIMATICĂ INCLUZIVĂ (IFAD VI)

Tip finanțare: credite preferențiale.

Scopul finanțării: finanțarea afacerilor și dezvoltarea capacităților microîntreprinzătorilor rurali.

Beneficiari eligibili: microantreprenori membri ai asociațiilor de economii și împrumut.

Investiții eligibile: toate activitățile agricole și nonagricole rurale generatoare de venit.

Suma creditului: maxim 100 mii lei.

Termenul: până la 3 ani.

Perioada de grație: până la 1 an.

Alte facilități: instruire asociații de economii și împrumut, beneficiarii eligibili.

Disponibil prin: asociații de economii și împrumut.

Informații suplimentare: UCIP-IFAD.

Contacte:

Adresa: bd. Ștefan cel Mare 162, of. 1301-1305, Chișinău, Republica Moldova

Telefon/ fax: + 373 22 21 00 56/ 22 50 46/ 21 05 42

Web: www.ifad.md

Finanțator: Fondul Internațional pentru Dezvoltarea Agricolă (IFAD)

Expiră pe data: 10/30/2020

Bugetul total – USD: 3,7 mil.

Grupul IV**Moldova Agroindbank oferă credite microîntreprinderilor care au fost create recent și/sau încep activitatea de la zero.**

Suma creditului: până la 1 000 000 lei.

Creditele sunt oferite în lei moldovenești pentru un termen de: 18 luni – pentru formarea și completarea capitalului circulant.

Rata dobânzii: flotantă, de la 13%. Sunt asigurate prin gajarea bunurilor mobile și imobile.

Documente de prezentat:

- cerere de credit;
- documentele de constituire;
- întreprinderile care au desfășurat o activitate prezintă rapoarte financiare pentru perioada de activitate;
- lista bunurilor propuse în gaj și actele de confirmare a dreptului de proprietate asupra lor.

Avantaje pentru beneficiar:

- acces la sursele de finanțare la începutul businessului;
- dobânzi reduse;
- rapiditate în perfectare;
- asistență de specialitate din partea băncii;
- condiții favorabile de creditare.

Oficiu central:

str. Cosmonauților 9, MD 2005, Chișinău, Republica Moldova

Telex: 163263 AGRO MD

SWIFT: AGRNMD2X

Fax: /+373 22/ 22 80 58

Web: www.maib.md

Mobiasbanca: Credite pentru afacerea dumneavoastră

Beneficiari potențiali:

- persoane fizice autorizate (birouri individuale/ asociate de avocați, notari, executori judecătorești, experți judiciari, interpreți, birouri de traducere, birouri individuale/ asociate de mediere);
- întreprinderi individuale, gospodării țărănești, persoane juridice (societăți comerciale);
- persoane fizice ce desfășoară activitatea de antreprenariat.

Experiența minimă a solicitantului: 3 luni sau 12 luni pentru sectorul agricol.

Moneda: MDL, USD, EUR.

Valoarea creditului: nelimitată, începând cu 20 000 MDL sau echivalentul în USD/EUR.

Termen de rambursare: până la 24 luni.

Garanții: fără gaj pentru o sumă până la 150 000 MDL; abordare flexibilă a garanțiilor.

Pentru creditele fără gaj, durata de examinare poate fi până la 2 zile!

Documentele necesare:

- cerere de credit;
- documentele de constituire;
- întreprinderile care au desfășurat o activitate prezintă rapoarte financiare pentru perioada de activitate;
- lista bunurilor propuse în gaj și actele de confirmare a dreptului de proprietate asupra lor.

Avantaje:

- Decizia de acordare a creditului este rapidă.
- Puteți opta încă de la acordarea creditului pentru o perioadă de grație de până la 6 luni, ca să fiți mai relaxat cu plățile, atunci când aveți mai multă nevoie.
- Pachetul necesar de documente este minim.

ANEXA 4. OFERTE DE CREDITARE

Ofertă de creditare 1

Moldova Agroindbank oferă credite microîntreprinderilor și întreprinderilor mici, care au fost create recent și/sau încep activitatea de la zero.

Suma creditului: de la 1 000 USD până la 30 000 USD (echivalent în lei) pentru întreprinderi mici.

Creditele sunt oferite în lei moldovenești pentru un termen de: 18 luni – pentru investiții.

Rata dobânzii: se aplică în funcție de termenul creditului, este flotantă și constituie de la 18,5% anual.

Sunt asigurate prin gajarea bunurilor lichide, a căror valoare în momentul acordării creditului poate fi egală sau mai mică decât suma creditului.

Documentele necesare:

- cerere de credit;
- documentele de constituire;
- întreprinderile care au desfășurat o activitate prezintă rapoarte financiare pentru perioada de activitate;
- lista bunurilor propuse în gaj și actele de confirmare a dreptului de proprietate asupra lor.

Ofertă de creditare 2

Moldova Agroindbank oferă credite microîntreprinderilor și întreprinderilor mici, care au fost create recent și/sau încep activitatea de la zero.

Suma creditului: de la 1 000 USD până la 5 000 USD (echivalent în lei) pentru microîntreprinderi.

Creditele sunt oferite în lei moldovenești pentru un termen de: 36 de luni – pentru investiții.

Rata dobânzii: se aplică în funcție de termenul creditului, este flotantă și constituie de la 22% anual.

Sunt asigurate prin gajarea bunurilor lichide, a căror valoare în momentul acordării creditului poate fi egală sau mai mică decât suma creditului.

Documentele necesare:

- cerere de credit;
- documentele de constituire;
- întreprinderile care au desfășurat o activitate prezintă rapoarte financiare pentru perioada de activitate;
- lista bunurilor propuse în gaj și actele de confirmare a dreptului de proprietate asupra lor.

Ofertă de creditare 3

Moldova Agroindbank oferă credite microîntreprinderilor care au fost create recent și/sau încep activitatea de la zero.

Suma creditului: până la 1 500 000 lei.

Creditele sunt oferite în lei moldovenești pentru un termen de: 60 de luni – pentru finanțarea investițiilor.

Rata dobânzii: flotantă, de 15,25%.

Sunt asigurate prin gajarea bunurilor mobile și imobile.

Documentele necesare:

- cerere de credit;
- documentele de constituire;
- întreprinderile care au desfășurat o activitate prezintă rapoarte financiare pentru perioada de activitate;
- lista bunurilor propuse în gaj și actele de confirmare a dreptului de proprietate asupra lor.

ANEXA 5. STUDII DE CAZ

Studiu de caz 1. Pijamale pentru copii

Caietul elevului: Studiu de caz nr. 8 – pag. 43.

Studiu de caz 2. Ana: Rochii de mireasă

Ana, absolventă a unei școli profesionale, prestează servicii de croitorie pentru persoane fizice de mai mult timp, de pe băncile școlii. După absolvire, Ana a decis să deschidă un atelier de croitorie. Motivația a venit de la numărul mare de solicitări din comunitate, precum și de la solicitarea unui antreprenor (Vasile) din orașul Bălți, care era interesat să colaboreze cu Ana. Vasile intenționa să procure în fiecare lună câte 20 de rochii de mireasă. Oferta era foarte bună, doar că Vasile a pus condiția ca contractul să fie încheiat cu o persoană juridică și toate plățile să fie făcute prin transfer. A venit timpul ca afacerea să fie înregistrată.

Ana confecționează și comercializează aproximativ 20 de rochii de mireasă pe lună la prețul de 1 000 lei la un antreprenor din orașul Bălți. Absolut toate materialele pentru rochiile de mireasă sunt aduse de antreprenor, iar Ana are doar cheltuieli de uzură a echipamentului și menținere a spațiului, care constituie aproximativ 2 000 lei pe lună. În afară de rochii de mireasă, Ana mai prestează servicii de croitorie pentru oamenii din sat, ceea ce constituie un venit de aproximativ 5 000 lei pe lună.

Ana a angajat o prietenă din sat cu un salariu net de 7 000 lei pe lună.

Venitul anual	$20\ 000 + 5\ 000 = 25\ 000 \times 12\ \text{luni} = 300\ 000$
Fondul de salarii (anual)	$7\ 000 \times 2 \times 12\ \text{luni} = 168\ 000\ \text{lei}$
Cheltuieli anuale (inclusiv fondul de salarii)	$2\ 000 \times 12\ \text{luni} + 168\ 000 = 192\ 000\ \text{lei}$
Venitul brut	$300\ 000 - 192\ 000 = 108\ 000\ \text{lei}$
Impozite și taxe	$108\ 000 - 9\ 516\ (\text{scutirea}) = 98\ 484\ \text{lei}$ $98\ 484 - 27\ 852 = 70\ 632\ \text{lei}$ $27\ 852 \times 7\% = 1\ 949,64\ \text{lei}$ $70\ 632 \times 18\% = 12\ 713,76\ \text{lei}$ $1\ 949,64 + 12\ 713,76 = 14\ 663,40\ \text{lei}$
Profit net	$108\ 000 - 14\ 663,4 = 93\ 336,60\ \text{lei}$

Atenție! Studiul de caz este alcătuit cu scop instructiv. Toate calculele sunt simplificate! (Nu sunt incluse alte câteva taxe.) În calcularea taxelor țineți cont de *Legea bugetului* (cea mai recentă).

Studiu de caz 3. Vasile: Halate medicale pentru femei

Vasile a decis să deschidă o afacere mai neobișnuită. În discuțiile cu sora sa, care e studentă la medicină, el a observat că ea este nemulțumită de modul în care sunt cusute halatele medicale pentru că medicii nu arată suficient de elegant în acestea. Vasile, care învață de croitor, i-a propus surorii să facă designul al unui halat, el urmând să coase halatul după modelul propus. Din prima zi în care sora lui Vasile a îmbrăcat halatul la colegiu, celelalte studente s-au arătat interesate să procure câte un halat similar. Așa a pornit afacerea lui Vasile încă de pe băncile școlii profesionale.

Iată textul de promovare a acestei afaceri:

Mai mult decât halate medicale! Poți rămâne elegantă și la modă și la spital – halate medicale pentru cei pentru care contează imaginea. Vrei să arăți bine chiar și într-un halat medical? Nimic nu este mai ușor.

Foarte mulți dintre noi ne îmbrăcăm frumos și cu stil. Ne dorim ca halatele medicale să ne facă să arătam bine, chiar dacă mergem, de fapt, la serviciu în ele.

Lucrăm cu oamenii și este foarte importantă prima impresie, mai ales cea pe care și-o face un om bolnav.

Halat medical: pânză tercot de calitate superioară cu textură fină, nu se șifonează, țesătură rezistentă, mânecă scurtă, dreaptă, 3 buzunare aplicate frontal, guler oblic, fermoar cu cheiță.

Mărimi disponibile: XS, S, M, L, XL, XXL.

Prețul unui halat este de 300 lei.

Vasile a reușit să găsească un furnizor de materie primă la preț angro – el cumpără pânză la val cu 50 lei pentru un metru liniar. În general, toate cheltuielile pentru materia primă pentru un halat sunt de aproximativ 90 lei.

Vasile coase halatele acasă. El are 2 mașini de cusut la prețul de 2 000 lei și un surfilator la prețul de 3 000 lei.

Vasile reușește să coase 2-3 halate pe zi, în funcție de timpul disponibil, pentru că merge și la cursuri. La moment însă, nici nu are foarte multe comenzi.

Se gândește la două lucruri: cum să promoveze produsele – poate chiar să le pună în vânzare în farmaciile din oraș – și cum să angajeze pe cineva care să coase halate, astfel încât el să aibă mai mult timp pentru promovare.

Și-ar fi dorit mult să cumpere o mașină de cusut nouă, mai performantă și poate o mașină de brodat, ca să reușească o personalizare mai interesantă a halatelor.

Studiu de caz 4. Adrian: Servicii de reparație a hainelor

În condițiile crizei financiare actuale, Adrian a decis să deschidă un atelier de reparație a hainelor. Atelierul oferă servicii la prețuri foarte mici.

Textul de promovare a atelierului:

Ai haine sau cearșafuri la care ții, dar nu se mai potrivesc?

- *Rochia descusută de anul trecut;*
- *Pantalonii lungi de la costum;*
- *Lenjeria de pat primită de la socri;*
- *Pantaloni, veste, sacouri, costume, pardesie, paltoane, rochii de seară, rochii de zi etc.*

Scurtăm, strâmtăm, transformăm orice produs în cel mai scurt timp posibil! Vino în atelierul nostru și o să te bucuri din nou de lucrurile tale. Și nu e scump deloc! Succesul se bazează pe atenția pe care o acordăm detaliilor.

Adrian stabilește prețul în funcție de timpul necesar pentru reparația hainei, iar anumite materiale necesare pentru reparație sunt adăugate la preț.

Adrian a decis că prețul pentru o oră de lucru este de 200 lei.

Adrian lucrează asupra comenzilor circa 4 ore pe zi, restul timpului este dedicat comunicării cu clienții, procurării materialelor necesare și promovării serviciilor pe internet (rețele sociale).

Atelierul se află în incinta unui magazin alimentar din vecinătate. Adrian închiriază 8 m² la prețul de 1 000 lei pe lună, plus facturile, care constituie aproximativ 100 lei pe lună.

Adrian are o mașină de cusut (4 000 lei) și un surfilator (4 000 lei).

TEMA 3.3

Venituri și cheltuieli (partea 1)

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să identifice factorii care influențează venitul și sursele de venit;
- să planifice veniturile unei afaceri;
- să argumenteze importanța estimării fluxului de venituri pe parcursul unui an.

Metode și tehnici de învățare: studiu de caz, SINELG, miniprelegere.

Forme de organizare a activității: de grup, individual, frontal.

Resurse didactice: studii de caz pentru fiecare echipă, caietul elevului.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	Distribuirea elevilor în 3 echipe: – echipa 1: „clienți” (fiecare „client” va avea la dispoziție câte 10 lei pentru fiecare rundă de joc; total: 30 lei);	30 min.	Simulare

	<p>– echipa 2: „producători de jucării” (avioane de hârtie); materia primă: coli A4; prețul unei coli – 5 lei; fiecare membru al echipei primește câte o coală A4 după fiecare rundă;</p> <p>– echipa 3: „producători de jucării” (avioane de hârtie); materia primă: coli A4; prețul unei coli – 5 lei.</p> <p><i>Runda 1</i> (planificare și producere) – 3 minute pentru planificare.</p> <p>Echipa de „clienți” își imaginează avionul de hârtie pe care ar vrea să-l procure.</p> <p>Cele două echipe de „producători” fac avioane.</p> <p><i>Runda 2</i> – 3 minute (piața).</p> <p>„Producătorii” vând, iar „clienții” cumpără.</p> <p><i>Runda 3</i> – 3 minute (producere de marfă nouă).</p> <p><i>Runda 4</i> – 3 minute (piața).</p> <p>„Producătorii” vând, iar „clienții” cumpără.</p> <p>La final, cele două echipe de „producători” calculează veniturile, cheltuielile și rezultatul financiar.</p> <p>(Colile A4 intacte pot fi returnate profesorului, la prețul de 5 lei.)</p> <p><i>Intrebări pentru debriefare:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Care dintre echipe are venit mai mare? De ce? – Care dintre echipe a rămas cu marfa necomercializată? – Cum ați planificat veniturile? – De ce planificarea veniturilor nu a corespuns cu realitatea? – Care sunt factorii ce influențează veniturile unei afaceri? <p>Profesorul scrie pe tablă factorii care influențează veniturile unei afaceri.</p>		
Realizarea sensului	<p>Profesorul face un sumar al factorilor ce influențează veniturile unei afaceri.</p> <p>Prezintă tabelul <i>Proгноza veniturilor</i> (caietul elevului, pag. 47).</p> <p>GPP</p> <p>G: Timp de 5 minute, completați, individual, <i>Proгноza veniturilor</i>, în baza studiului de caz nr. 10.</p> <p>P: Timp de 5 minute, comparați, în perechi, rezultatele scrise și discutați diferențele obținute.</p> <p>P: Fiecare pereche oferă câte un argument pentru a demonstra diferențele în venituri.</p>	30 min.	Miniprelegere GPP
Reflecție	<p>GPP</p> <p>G: Timp de 5 minute, completați, individual, <i>Proгноza veniturilor</i> pentru propria idee de afaceri.</p> <p>P: Timp de 5 minute, prezentați, în perechi, tabelul și argumentați diferențele în fluxul lunar de venituri.</p> <p>P: Fiecare pereche va prezenta și argumenta factorii care influențează fluxul lunar de venituri pentru propria idee de afaceri.</p>	20 min.	GPP
Extindere	<p>Argumentați necesitatea și importanța prognozării cât mai reale a fluxului de venituri pentru propria afacere.</p>	10 min.	GPP

TEMA 3.3

Venituri și cheltuieli (partea a 2-a –
Proгноza cheltuielilor și rezultatul financiar)**Timp:** 90 min.**Obiective operaționale:** La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să explice modul în care se planifică și se duce evidența veniturilor și cheltuielilor;
- să estimeze rezultatul financiar al unei afaceri;
- să aprecieze importanța analizei cheltuielilor unei afaceri după categorii.

Metode și tehnici de învățare: studiu de caz, SINELG, miniprelegere.**Forme de organizare a activității:** de grup, individual, frontal.**Resurse didactice:** studii de caz pentru fiecare echipă, caietul elevului, tabelul *Categoriile de cheltuieli* (din *Sugestii pentru proiectarea lecțiilor*, pag. 100).

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	Distribuirea în 4 echipe – conform studiilor de caz. <i>Sarcină:</i> Timp de 10 minute, discutați în grup și identificați toate cheltuielile pe care le va avea antreprenorul în studiul de caz primit. (Sarcina este realizată în baza tabelului de venituri elaborat la lecția precedentă.) Toate cheltuielile sunt notate în tabelul <i>Proгноza cheltuielilor</i> (Anexa 1 sau pag. 47 din <i>Caietul elevului</i>). <i>Notă:</i> Echipele nu fac prezentări (acestea se vor face la etapa Reflecție).	15 min.	Studiu de caz
Realizarea sensului	Profesorul le împarte elevilor tabelul <i>Categoriile de cheltuieli</i> (<i>Sugestii pentru proiectarea lecțiilor</i> , pag. 100) <i>Sarcină:</i> Citiți, individual, informația din tabel, timp de 7 minute, și puneți: semnul „+” pentru cheltuielile pe care le are afacerea descrisă în studiul de caz, semnul „-” pentru cheltuielile pe care nu le va avea afacerea, semnul „?” pentru cheltuielile în cazul cărora nu este clar termenul sau nu sunteți siguri. <i>Sarcină:</i> Discutați în grup, timp de 7 minute, semnele puse. Echipele fac prezentările; profesorul răspunde la întrebări. Profesorul întreabă care sunt cheltuielile pentru care elevii au pus semnul „+”, semnul „-”, semnul „?”. Profesorul răspunde la întrebări și dă exemple de cheltuieli pentru a explica unele momente neclare referitoare la categoriile de cheltuieli. Miniprelegere. Profesorul distribuie și explică tabelul <i>Fluxul de numerar și Proгноza privind rezultatul financiar al afacerii</i> (pag. 48 din <i>Caietul elevului</i>).	40 min.	SINELG Miniprelegere
Reflecție	<i>Sarcină:</i> Continuați lucrul în echipe (asupra studiului de caz) și completați tabelul <i>Fluxul de numerar și Proгноza privind rezultatul financiar al afacerii</i> (<i>Caietul elevului</i> , pag. 48). Apreciați importanța analizei cheltuielilor pe categorii.	25 min.	Studiu de caz Proiect de grup/ Discuție frontală
Extindere	Fiecare elev/ echipă completează cele 2 tabele pentru propria idee de afacere.		

Anexe. Tema 3.3

ANEXA 1. PROGNOZA CHELTUIELILOR

Cheltuieli	Luna												Total
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	
<i>Investiții</i>													
<i>Mașini de cusut</i>													
<i>Aparat de casă, telefon, mobilier</i>													
<i>Cheltuieli de producție</i>													
<i>Țesătură groasă</i>													
<i>Țesătură subțire</i>													
<i>Furnitură</i>													
<i>Energie electrică</i>													
<i>Salariul pentru croitor</i>													
<i>General administrative</i>													
<i>Cheltuieli de constituire</i>													
<i>Servicii comunale, servicii telefon</i>													
<i>Alte cheltuieli operaționale neprevăzute</i>													
<i>Rambursarea împrumutului</i>													
<i>Total cheltuieli</i>													

ANEXA 2. STUDII DE CAZ

Studiu de caz 1: Coaserea uniformelor școlare

Produsul: uniforma de școală.

Resurse umane/ Resurse financiare/ Resurse materiale:

- de desfășurat resursele și ideile;
- de selectat din sursele financiare existente pe cele din care va lua el banii.

Prognozarea veniturilor

Produsul/ serviciul		Ianuarie	Februarie	Martie	Aprilie	Mai	Iunie	Iulie	August	Septembrie	Octombrie	Noiembrie	Decembrie	Total
Haine speciale/ Uniforme pentru orice gust	Cant. buc.	2	2	10	5	25	50	50	50	10	10	5	5	
	Preț (lei)	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	
	Suma (lei)	300	300	1 500	750	3 750	7 500	7 500	7 500	1 500	1 500	7 500	7 500	
Total: 47 100 lei														

Studiu de caz 2: Hăinuțe pentru copii. Producerea și comercializarea lor

Ana a decis să deschidă o afacere în domeniul croitoriei, și anume coaserea și comercializarea hăinuțelor pentru copii. Pentru înregistrarea întreprinderii la Inspectoratul Fiscal și Camera de Comerț, au fost necesari 1 200 lei, confecționarea ștampilei – 250 lei și obținerea diferitor autorizații – 800 lei. Ana a procurat o mașină de cusut în valoare de 3 500 lei și un surfilator de 3 000 lei. Adaptarea localului pentru deschiderea atelierului a necesitat 1 500 lei. Ana este proprietara localului și nu va plăti chirie. Procurarea mobilierului, a telefonului, a aparatului de casă – 4 500 lei.

Ana va coase 2-3 hăinuțe pe zi, prețul mediu de comercializare al unei hăinuțe este de 150-200 lei, pentru fiecare hăinuță e nevoie de 0,5 m de țesătură, la prețul 60 lei/m, și furnitură, în sumă de 10 lei pentru 100 de unități. Ana și-a stabilit un salariu de 3 500 lei. Pentru serviciile comunale va plăti 1 200 lei. Cheltuieli neprevăzute – 1 500 lei.

	Categoria de cheltuieli	Conținutul operațiilor economice	Suma, lei
1.	Proceduri de înregistrare	2 250 lei	2 250 lei
2.	Adaptarea localului pentru deschiderea atelierului	1 500 lei	1 500 lei
3.	Procurarea mobilierului, a telefonului, a aparatului de casă	4 500 lei	4 500 lei
4.	Procurarea materiei prime și a materialelor pentru 100 de unități	$(0,5 \times 60) \times 100 = 3 000$ lei $10 \times 100 = 1 000$ lei	4 000 lei
5.	Fondul de salarizare pentru o lună, inclusiv reținerile, prevăzute de legislație (fondul social și asigurare medicală)	$(1 \times 3 500) - 140$ lei asig. med. și 210 fond. social = 3 150 lei	3 150 lei
6.	Procurarea mașinilor de cusut și a surfilatoarelor	3 500 + 3 000 lei	6 500 lei
7.	Cheltuieli pentru întreținerea atelierului	1 200 lei	1 200 lei
8.	Cheltuieli neprevăzute	1 500 lei	1 500 lei
Total mijloace bănești necesare la inițierea afacerii:		24 600 lei	24 600 lei

Studiu de caz 3: Halate de bucătărie

Fiind maestru la școala de meserii, profesia bucătar, Ana a observat că procurarea uniformelor (halatelor) este foarte dificilă, de aceea a decis să deschidă un atelier de cusut uniforme.

Înregistrarea afacerii, confecționarea ștampilei și obținerea autorizațiilor au costat 2 000 lei.

Ana a procurat 2 mașini de cusut a câte 2 300 lei. Apoi a angajat o cusătoreasă, pe fosta ei elevă, Marina, care a absolvit cu succes școala.

Atelierul de lucru este într-o cameră din casa Anei, de aceea nu costă nimic, în schimb adaptarea localului necesită 1 500 lei. Ana și Marina vor coase câte 5 uniforme pe zi. Costul unui halat este de 200 lei. Pentru fiecare uniformă va fi nevoie de 2 m de țesătură la un preț de 70 lei/m și furnitură în sumă de 15 lei. Pentru procurarea mobilierului și a aparatului de casă se vor cheltui 6 000 lei, salariul fiind de 4 000 lei lunar. Serviciile comunale – 1 000 lei, alte cheltuieli neprevăzute – 1 500 lei.

	Cheltuieli	Conținutul	Suma
1.	Proceduri de înregistrare	2 000 lei	2 000 lei
2.	Adaptarea localului	1 500 lei	1 500 lei
3.	Procurarea mașinilor de cusut	4 600 lei	4 600 lei
4.	Procurarea mobilierului	6 000 lei	6 000 lei
5.	Materia primă (100 de unități)	$2 \text{ m} \times 70 \text{ lei} \times 100 = 1 400 \text{ lei}$ $10 \text{ f} \times 100 \text{ b} = 1 000 \text{ lei}$	1 500 lei
6.	Fondul de salarizare pentru o lună (2 persoane)	$8 000 - 400 = 3 600$	7 200 lei
7.	Cheltuieli pentru întreținere	1 000 lei	1 000 lei
8.	Cheltuieli neprevăzute	1 500 lei	1 500 lei
Total:		25 300 lei	

Surse proprii – 1 200 lei.

Surse împrumutate din granturi (bani nerambursabili) – 13 300 lei.

Studiu de caz 4: Atelier de reparație, ajustare, scurtare a hainelor

Vera, fiind locuitoare a unui sat din centrul Moldovei, a observat că multe persoane ar avea nevoie de ajutorul unui croitor pentru a scurta o pereche de pantaloni sau o rochie, a lărgi sau a strâmta un costum, a repara unele haine etc.).

Vera a decis să lanseze afacerea, inițiind un atelier de croitorie. Pentru a începe activitatea, ea a scos din cuțul mamei o mașină de cusut.

Atelierul va fi amplasat într-o cameră din propria casă, care necesită cheltuieli pentru adaptare în sumă de 2 000 lei. Salariu pentru o persoană – 1 000 lei, contabil – 500 lei, cheltuieli pentru aparat de casă – 2 100 lei, telefon – 200 lei, servicii comunale – 1 000 lei, mobilă – 1 950 lei. Cheltuieli de înregistrare, la Inspectoratul fiscal – 800 lei, ștampilă – 180 lei, alte cheltuieli ce țin de autorizații – 500 lei.

Ca să poată lucra, Vera va procura ață, panglici, foarfecă, ace și alte materiale – 2 000 lei. Atelierul va avea program 6 zile pe săptămână. Taxele pentru servicii vor fi următoarele:

- scurtarea pantalonilor – 50 lei;
- scurtarea fustei, a rochiei, a paltonului – 100 lei;
- ajustarea hainelor – 150 lei;
- schimbarea fermoarului la fuste, rochii – 50 lei;
- schimbarea fermoarului la scurtă – 80 lei;
- repararea hainei defectate – copii: 50 lei; maturi: 80 lei.

Se intenționează ca, săptămânal, să se facă reparații la haine în sumă de 560 lei. Astfel, lunar ar ieși: $560 \text{ lei} \times 26 \text{ zile} = 14\,560 \text{ lei}$.

Studiu de caz 5: Lenjerie de pat

Căutând cadouri de 8 Martie sau Crăciun, pentru rude și prieteni, Nătălița a ajuns la concluzia că ar fi foarte plăcut, dar și util să le dăruiască seturi de lenjerie de pat. Văzând prețurile exagerate de pe piață, ea decide să cumpere stofă și să coase singură, mai ales că dispune de mașina de cusut a bunicii sale. Prietenele, văzând lucrurile frumoase și calitative pe care le face Natalia, au început să facă comenzi la ea. Natalia a început să coase lenjerie de pat la comandă în bază de patentă, cu mărimile:

2 pers. – $200 \times 220 \text{ cm}$ – 230 lei;

1 pers. – $140 \times 220 \text{ cm}$ – 180 lei.

2 pers.	1 pers.
1 m de stofă costă 20 lei	1 m de stofă costă 20 lei
Pentru 1 set se cheltuie 7,30 m = 146 lei	Pentru 1 set se cheltuie – 5,5 m = 110 lei
Ață – 1 set costă 5 lei	Ață – 1 set costă 5 lei
Cheltuieli pentru 1 set – 151 lei	Cheltuieli pentru 1 set – 115 lei

Pe zi face 5 seturi pentru 2 pers. și 1 set pentru 1 pers., lucrează 3 zile/săpt.; 8 zile/ lună.

Timp de 1 lună face 60 de seturi pentru 2 persoane și 12 seturi pentru 1 persoană.

1. Cheltuieli de lansare a afacerii

Cheltuieli	Suma totală, lei	Surse proprii, lei	Surse împrumutate, lei
Procedee legate de înregistrarea afacerii: 1. Achitarea patentei/lună	300	300	
Ață	15	15	
Centimetru	10	10	
Foarfecă	60	60	
Sacoșe pentru împachetare (1 000 buc.)	200	200	
Total:	585	285	0

2. Prognoza veniturilor

		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Lenjerie de pat 1 pers.	Cantitate	12	10	10	8	8	10	15	20	20	15	15	15
	Preț, lei	180	180	180	150	150	150	180	180	180	180	180	180
	Suma, lei	2 160	1 800	1 800	1 200	1 200	1 500	1 700	3 600	3 600	2 700	2 700	2 700
Lenjerie de pat 2 pers.	Cantitate	60	60	60	30	50	50	40	50	60	60	60	70
	Preț, lei	230	230	230	200	180	200	200	230	230	230	230	230
	Suma, lei	13 800	13 800	13 800	6 000	10 000	10 000	8 000	11 500	13 800	13 800	13 800	16 100
Total:	Lei	15 960	15 600	15 600	7 200	11 200	11 500	9 700	15 100	17 400	16 500	16 500	18 800

Studiu de caz 6: Confecționarea papioanelor

Olga este elevă la o școală profesională de croitorie. Fata are un frățior care merge în clasa I. Olga i-a cusut câteva papioane, observând că acestea nu necesită mult material, nici mult timp pentru a fi confecționate. Totodată, i-au venit tot mai multe idei referitoare la designul papioanelor și combinarea culorilor. Olga a mai cusut papioane și le-a adus la școala profesională. Acestea s-au vândut cu ușurință la prețul de 60 lei. Astfel Olga a hotărât să lanseze o mică afacere de confecționare a papioanelor. Olga a înregistrat întreprinderea individuală, suportând cheltuieli de înregistrare în sumă de 2 000 lei. A procurat o mașină de cusut performantă de 9 000 lei și ustensile (foarfecă etc.) în sumă de 300 lei. Pentru o lună de activitate Olga a procurat:

- diferite materiale (stofe): 20 m, prețul pentru 1 m e de 80 lei;
- ață, furnitură etc. de 400 lei.

Alte cheltuieli operaționale constituie 400 lei. Astfel, cheltuielile lunare sunt:

$$20 \times 80 + 400 + 400 = 1\,600 + 800 = 2\,400 \text{ lei.}$$

Cheltuieli de inițiere a afacerii sunt:

$$2\,000 \text{ (înreg.)} + 9\,000 \text{ (maș. cusut)} + 300 \text{ (usten.)} + 2\,400 \text{ (materiale)} = 11\,300 + 2\,400 = 13\,700 \text{ lei.}$$

Olga a preconizat să coase și să vândă cca 80 de papioane pe lună. Prețul 1 papion este de 60 lei.

- Calculați capitalul necesar pentru inițierea afacerii.
- Alcătuiți prognoza veniturilor și cheltuielilor, întocmiți fluxul de numerar pentru primul an de activitate.

Cheltuieli pentru 1 unit. – $24\,000/80 = 30$ lei/papion (cost); 60 lei/papion (preț).

Cheltuielile de lansare a afacerii (13 700 lei) vor fi suportate integral de familia Olgăi, deci nu va fi nevoie de împrumut (100% surse proprii).

Pentru completarea documentelor primare:

- Pe data de 16.03.2015, Olga a procurat material de la Întreprinderea „Raza” SRL, în baza facturii de expediție BBN0484746, în sumă de 400 lei.
- Pe data de 18.03.2015, Olga a vândut 6 papioane unei persoane fizice, în baza facturii de expediție CAN 0969594.

Proгноza cheltuielilor

	Ianuarie	Februarie	Martie	Aprilie	Mai	Iunie	Iulie	August	Septembrie	Octombrie	Noiembrie	Decembrie	Total
Can-titate (buc.)	60	100	100	60	80	30	30	100	100	80	80	80	900
Preț (lei)	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	
Suma (lei)	3 600	6 000	6 000	3 600	4 800	1 800	1 800	6 000	6 000	4 800	4 800	4 800	54 000

Studiu de caz 7: Confecționarea costumelor pentru animale (iarnă/ vară)

Ionela este absolventa Școlii Profesionale nr. 8 din Chișinău. Tânăra iubește mult animalele, îndeosebi pisicile și câinii. Având economii proprii de 14 000 de lei, Ionela intenționează, cu mama ei, să deschidă o întreprindere individuală (atelier de croitorie). Ea vrea să confecționeze costume din stofă groasă (de iarnă) și din stofă subțire (de vară) pentru animale. Conform calculelor pe care le-a făcut, costumele din stofă groasă se vor vinde la un preț mediu de 400 lei (buc.), iar costumele din țesătură subțire – la 300 lei (buc.).

Ionela a stabilit că ar putea să coase cu mama sa câte 2 costume pe zi, având un orar zilnic de 4 ore, astfel ar fi 40 de costume pe lună. Pentru aceasta are nevoie de:

- 1 surfilator – 3 000 lei;
- 1 mașină de cusut – 2 200 lei;
- salariul mamei – 1 800 lei;
- salariul personal – 1 800 lei;
- aparat de casă – 2 600 lei;
- mobilier: masă – 400 lei; raft – 800 lei.

Materie primă:

- pentru un costum gros va fi nevoie de 0,5 m de țesătură, prețul pentru 1 m fiind de 70 lei;
- pentru un costum subțire – 0,4 m de țesătură, prețul pentru 1 m fiind de 50 lei;
- pentru furnitură, 1 unitate – 40 lei.

Achiziționarea acestora se face în noiembrie/ decembrie. Atelierul va fi amplasat într-un local propriu, deci nu este nevoie de adaptare suplimentară.

Alte costuri:

- întreținerea atelierului, lunar – 500 lei (servicii comunale);
- energie electrică – 500 lei/lună;
- cheltuieli operaționale – 200 lei/lună;
- cheltuieli de înregistrare CÎS și Inspectoratul Fiscal – 1 200 lei;
- confecționarea ștampilei – 200 lei;
- obținerea diferitor autorizații – 800 lei.

Proгноza veniturilor

		11	12	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	Total
Costume de vară pentru câini	Cantitate prod., buc.	-	-	5	5	2	2	10	10	10	10	-	-	54
	Preț, lei	-	-	300	300	300	300	300	300	300	300	-	-	-
	Suma, lei	-	-	1 500	1 500	600	600	300	300	300	300	-	-	16 200
Costume de iarnă pentru câini	Cantitate prod., buc.	5	8	12	11	8	3	-	-	-	-	-	5	52
	Preț, lei	400	400	400	400	400	400	-	-	-	-	-	400	-
	Suma, lei	2 000	3 200	4 800	4 400	3 200	1 200	-	-	-	-	-	2 000	19 800
Total venit: 36 000 lei														

Studiu de caz 8: Genți pentru cumpărături

Sandu, elev la o școală profesională, specialitatea croitor-cusător, a participat la o campanie de salubritate a unui parc din or. Chișinău. Băiatul a rămas puternic impresionat de cantitatea deșeurilor, preponderent pungi din plastic utilizate.

Din marea dorință de a schimba ceva, el a hotărât să-și coase o geantă din pânză pentru cumpărături. În așa mod va contribui la protecția mediului, deoarece geanta poate fi folosită pe termen lung, spălată, înlocuind astfel sute sau chiar mii de pungi de plastic.

Impresionată de dibăcia fratelui său, Valentina l-a rugat pe Sandu să-i coase și ei o trusă pentru farduri. Mama și-a dorit o geantă pentru plajă. Prietenele mamei lui Sandu chiar au venit cu modelul și țesătura necesară pentru geanta de cumpărături dorită.

Confruntându-se cu cererea prea mare pentru posibilitățile sale, Sandu hotărăște să înființeze o afacere. El decide să angajeze un coleg de grupă pentru un salariu de 1 000 lei/lună. După ore, băieții planifică să confecționeze în medie 7 genți/zi (140 genți/lună). Pentru o geantă de dimensiunea: 41 cm – lățime, 44 cm – adâncime, 36 cm – mânere, 10 cm – lățimea bazei, este nevoie de 0,5 m de țesătură. Aceasta va fi achiziționată de la o fabrică de mobilă la un preț foarte avantajos – 40 lei/m, deoarece sunt resturi de stofă, de diferite tipuri și culori. Pentru furnitură va plăti 5 lei/geantă. Prețul unei genți va fi de 50 lei.

Necesarul pentru inițierea și activarea în prima lună: mașină de cusut – 3 000 lei, masă – 250 lei, scaun – 100 lei, masă pentru călcat – 1 500 lei, fier de călcat – 250 lei, aparat de casă – 260 lei.

Atelierul este amplasat într-o odaie din casa bunicii lui Sandu. Odaia va avea nevoie de adaptare, cu cheltuieli estimate la suma de 400 lei; întreținerea lunară – 300 lei, energia electrică – 200 lei.

Cheltuieli legate de procedura de înregistrare a afacerii:

- înregistrarea la Camera Înregistrării de Stat – 1 200 lei;
- confecționarea ștampilei – 250 lei;
- obținerea diferitor autorizații – 800 lei.

Contribuția băieților în afacerea nou-creată este de câte 5 000 lei (10 000 lei). Suplimentar, Sandu a împrumutat 5 000 lei.

Repartizarea cheltuielilor după tipurile lor, cu indicarea sumei

Categoria de cheltuieli	Conținutul operațiilor economice	Suma, lei
1. Procedura de înregistrare a afacerii	$1\ 200 + 250 + 800$	2 250
2. Adaptarea încăperii	400	400
3. Preț de achiziție a mașinii de cusut	2 500	2 500
4. Mobilierul	$250 + 100$	350
5. Fier de călcat/ masă	$250 + 150$	400
6. Procurarea materiei prime pentru 100 de genți	$100 \times (50 \times 40) = 2\ 000$ $100 \times 5 = 500$	2 500
7. Fondul de salarizare pentru 1 lună	$(2 \times 2000) \times 1,27 = 2\ 540$ lei	5 080
8. Cheltuieli de întreținere a atelierului		300
9. Alte cheltuieli operaționale neprevăzute		500
Total mijloace bănești:		14 280

Proгноza veniturilor

Produsul		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	Total, lei
<i>genți</i>	cantitate, bucăți	50	100	100	140	100	100	140	140	140	100	100	140	
	preț, lei	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	
	suma, lei	2 500	5 000	5 000	7 000	5 000	5 000	7 000	7 000	7 000	5 000	5 000	7 000	67 500

Proгноza cheltuielilor de materie primă

Produsul		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	Total, lei
<i>genți</i>	cantitate, bucăți	50	100	100	140	100	100	140	140	140	100	100	140	
	consum material, metri	25	50	50	70	50	50	70	70	70	50	50	70	
	preț /m, lei	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	
	preț țesătură, lei	1 000	2 000	2 000	2 800	2 000	2 000	2 800	2 800	2 800	2 000	2 000	2 800	
	furnitură	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
	preț furnitură, lei	250	500	500	700	500	500	700	700	700	500	500	700	

Proгноza cheltuielilor

Cheltuieli	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	Total
Investiții													
Mașină de cusut	2 500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Aparat de casă, mobilier	510	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Cheltuieli de producție													
Țesătură	500	1 000	1 000	1 400	1 000	1 000	1 400	1 400	1 400	1 000	1 000	1 400	
Furnitură	250	500	500	700	500	500	700	700	700	500	500	700	
Energie electrică	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	
Salariu	5 080	5 080	5 080	5 080	5 080	5 080	5 080	5 080	5 080	5 080	5 080	5 080	
Cheltuieli general administrative													
Cheltuieli de constituire	2 250	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Servicii comunale	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	
Alte cheltuieli operaționale													
Adaptarea odăii	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	
Rambursarea împrumutului	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	
Total cheltuieli:	12 990	8 480	8 480	9 080	8 480	8 480	9 080	9 080	9 080	8 480	8 480	9 080	

TEMA 3.4*

Noțiuni fundamentale de evidență contabilă

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să identifice importanța evidenței financiare a activității antreprenoriale;
- să descrie patrimoniul unei întreprinderi;
- să reflecte operațiile economice conform cerințelor contabilității în partidă simplă;
- să argumenteze necesitatea evidenței contabile în gestionarea propriei afaceri.

Metode și tehnici de învățare: brainstorming, miniprelegere, problematizare, studiu de caz, grafic conceptual, argument în 4 pași.

Forme de organizare a activității: de grup, frontal, individual.

Resurse didactice: caiet de sarcini pentru elevi; fișe cu suport de curs; 5 postere A2, markere; șevalet rotafoliu (*flip-chart*) sau tablă; tabele cu graficul conceptual; „banii” pentru activitatea de energizare.

Etapale cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	Pe tablă sau pe șevaletul rotafoliu se notează cuvântul „Contabilitate” și li se propune elevilor să spună tot ce știu referitor la acest termen, tot cu ce se asociază noțiunea dată. Profesorul notează pe tablă ideile elevilor.	10 min.	Brainstorming/ Activitate frontală/ de grup
Realizarea sensului	Profesorul realizează o miniprelegere privind contabilitatea, obiectul contabilității – patrimoniul, venituri și cheltuieli (Anexa 1). Clasa este împărțită în echipe a câte 4-5 persoane, fiecare elev devenind expert pentru una dintre sarcini: 1) să definească noțiunea de „contabilitate”; 2) să identifice patrimoniul întreprinderii și părțile lui componente; 3) să explice cerințele evidenței contabile; 4) să caracterizeze veniturile, cheltuielile și rezultatul financiar. „Experții” se adună în echipe conform sarcinii primite, elaborează o relatare și apoi fiecare „expert”, pe rând, explică esența fragmentului studiat. <i>Sarcină:</i> În baza studiului de caz, alcătuiți o listă a patrimoniului afacerii, specificați veniturile și cheltuielile antreprenorului (tipuri de venituri și cheltuieli). Prezentările echipelor.	15 min. 15 min.	Miniprelegere/ Activitate frontală Mozaic/ Activitate de grup Suport de curs Studiu de caz/ Activitate de grup Postere A2, markere
Evocare	<i>Întrebări:</i> – Ce este un cont de plată? – Ce este o factură? – Ce este un bon de casă? – Ce este un act de predare–primire?		Termeni în avans
Realizarea sensului	<i>Sarcină:</i> Numiți documentele justificative care sunt întocmite în cadrul evidenței contabile a afacerii (folosind Anexa 1). Exemplificați în cadrul căror tranzacții/ operații economice acestea trebuie întocmite. Specificați ce informații trebuie să conțină documentele. Prezentări. <i>Sarcină:</i> Citiți studiul de caz (Anexa 2) și, în baza lui, completați documentele contabile primare și registrul de încasări și plăți. Prezentări.	10 min. 15 min.	Miniprelegere/ Problematizare/ Activitate frontală Bon de plată, bon de consum, factura fiscală Studiu de caz/ Activitate de grup 4 seturi de docu- mente: bon de plată, bon de consum, registrul de încasări și plăți
Reflecție	<i>Sarcină:</i> Este necesară evidența contabilă a afacerii? Argumentați răspunsul în baza tehnicii <i>argument în 4 pași:</i> Afirmația – Explicația – Dovada – Concluzia.	10 min.	Argument în 4 pași/ Activitate individuală

	Profesorul le sugerează elevilor să opereze cu noțiunile studiate în cadrul lecției, menținând relevanța logică a răspunsurilor. Prezentări.		<i>Caiet de sarcini pentru elevi, s. 3, p. 42</i>
Extindere	Elaborați o listă a patrimoniului pentru propria afacere. Specificați câteva cheltuieli și câteva venituri pe care le veți avea.	2 min.	Exercițiu

Anexe. Tema 3.4

ANEXA 1. NOȚIUNI FUNDAMENTALE DE EVIDENȚĂ CONTABILĂ

Contabilitatea este un instrument care structurează ordonat toate operațiile și se ocupă cu măsurarea, evaluarea, cunoașterea, gestiunea și controlul activelor, datoriilor și capitalului propriu, precum și a rezultatelor obținute din activitatea persoanelor fizice și juridice; permite filtrarea datelor după necesități. Pentru aceasta, este strict necesară înregistrarea cronologică și sistematică a operațiilor, prelucrarea și păstrarea datelor.

Exemplu: Sandu împlinește 16 ani și vrea să organizeze serbarea acasă, însă are la dispoziție numai 2 000 lei. El face o listă de cumpărături și merge la piață. Ajutați-l pe Sandu să folosească această sumă în așa fel, încât să reușească să cumpere tot de ce are nevoie pentru organizarea sărbătorii.

Răspuns: Sandu face o listă de invitați, ca să vadă câți prieteni vor fi prezenți, apoi face o listă de bucate pe care vrea să le pregătească. După aceasta, poate să întocmească lista de produse pe care trebuie să le procure de la piață sau magazin. În așa fel, Sandu a făcut evidența veniturilor și cheltuielilor.

Funcțiile contabilității:

- funcția de înregistrare și prelucrare a datelor (în expresie valorică);
- funcția de informare (furnizarea de informații privind structura și dinamica patrimoniului, a situației financiare și rezultatelor obținute);
- funcția de control (verificarea modului de utilizare a valorilor materiale și bănești);
- funcția juridică – datele furnizate de contabilitate servesc pentru a dovedi veridicitatea unor operații economice;
- funcția previzională – pentru determinarea tendințelor de evoluție a fenomenelor și proceselor economice viitoare.

Cerințele de bază ale evidenței contabile:

- obiectivă – se reflectă real toate datele;
- completă – se reflectă toate domeniile de activitate a întreprinderii;
- clară – accesibilă pentru creditori, acționari;
- operativă – toate informațiile se prezintă la momentul corespunzător;
- simplă – cheltuielile pentru organizarea evidenței contabile nu trebuie să fie mari.

Obiectul contabilității este **patrimoniul întreprinderii** (= avere: resursele economice, capitalul, fondurile). Patrimoniul întreprinderii este totalitatea bunurilor ce îi aparțin și au fost procurate din surse proprii sau surse străine.

Echilibrul evidenței contabile:

Patrimoniul = Drepturi + Obligații (Surse proprii + Surse străine).

Obiectul contabilității cuprinde, pe lângă cunoașterea existenței patrimoniului, și mișcările, transformările acestuia. Mișcările se referă la operații simple de intrări și ieșiri de elemente patrimoniale, dar și la modificări complexe ce se cunosc drept: *cheltuieli; venituri; rezultate*.

Efortul este măsurat de contabilitate prin cheltuieli, iar efectul prin venituri.

Cheltuielile sunt mijloacele folosite de întreprindere pentru asigurarea activității sale. Cheltuielile se clasifică în:

- cheltuielile din activitatea operațională: *costul vânzărilor, cheltuieli comerciale, cheltuieli general-administrative;*
- cheltuieli din activitatea neoperațională;
- cheltuieli privind impozitul pe venit;
- veniturile sunt resursele financiare obținute de întreprindere în urma activității sale. Veniturile se clasifică în:
 - a) venituri din activitatea operațională: *venitul din vânzări, alte venituri operaționale;*
 - b) venituri din activitatea neoperațională.

Rezultat financiar = Venituri – Cheltuieli			
Venituri > Cheltuieli	→	→	profit
Venituri < Cheltuieli	→	→	pierderi

Evidența contabilă furnizează informații despre starea și schimbarea situației patrimoniale și financiare a întreprinderii. Scopul acesteia constă în calcularea rezultatelor financiare și întocmirea rapoartelor financiare (dărilor de seamă).



Cadrul legislativ

Principalul document care reglementează activitatea contabilă este *Legea contabilității nr. 113 din 7.04.2007*, în vigoare de la 01.01.2008.

Cu privire la **obligativitatea ținerii contabilității**, în art. 7, legea prevede că entitatea este obligată să țină contabilitatea și să întocmească rapoartele financiare în modul prevăzut de prezenta lege, de standardele de contabilitate, de planul de conturi contabile și de alte acte normative.

În conformitate cu legislația, toți întreprinzătorii sunt obligați să țină evidența contabilă, cu excepția titularilor patentei de întreprinzător.

Pe parcursul activității au loc operații economice, care se înregistrează în următoarele documente justificative: *factura de expediție, factura fiscală, bonul de consum, bonul de primire, foaia de parcurs, dispoziția de plată etc.*

Sisteme contabile ținute de întreprinzători: Sistemul contabil în partidă simplă, care prevede reflectarea unilaterală a faptelor economice, conform metodei „intrare–ieșire”. Toate operațiile economice se înregistrează în registrul încasărilor și plăților, în baza documentelor justificative.

Registru – jurnal de evidență a operațiilor economice ce se completează în ordine cronologică și în mod sistematic.

Această metodă nu prevede prezentarea rapoartelor financiare. Firmele pot ține contabilitatea în partida simplă, dacă nu depășesc limitele a două din următoarele trei criterii pentru perioada de gestiune precedentă:

- totalul veniturilor din vânzări – cel mult 3 milioane de lei;
- valoarea de bilanț a activelor pe termen lung – cel mult 1 milion de lei;
- numărul mediu scriptic al personalului în perioada de gestiune – cel mult 9 persoane.

Sistemul contabil în partidă dublă se bazează pe principiul dublei înregistrări, adică una și aceeași tranzacție se reflectă în activul și în pasivul bilanțului contabil. Se aplică planul de conturi prevăzut de Standardele naționale de Contabilitate (SNC), iar operațiile economice se înregistrează în debitul unui cont și în creditul altui cont cu aceeași sumă valorică.

Contul contabil reprezintă un procedeu de înregistrare curentă, grupare ordonată și control operativ ale existenței și mișcării activelor și pasivelor întreprinderii într-o perioadă de gestiune (lună, trimestru). Se deosebesc: *conturi de activ, pasiv, venit, cheltuieli*.

Tipul contului	Clasa
Conturi bilanțiere (BILANȚ)	
Active pe termen lung (peste 1 an)	1
Active curente (până la 1 an)	2
Capital propriu (pasive)	3
Pasive pe termen lung (peste 1 an)	4
Pasive pe termen scurt (până la 1 an)	5
Conturi de rezultate (RAPORT REZ. FINANCIAR)	
Venituri	6
Cheltuieli	7

Contabilitatea standartizată are structura bazată pe planuri de conturi care se împart în: *active și pasive*. Fiecare cont are *Debit și Credit*.

Activele: plus (+) la Debit și minus (-) la Credit (+ înseamnă că se măresc pe debit, - înseamnă că se micșorează pe credit).

Pasivele: - la Debit și + la Credit (-, adică se micșorează pe debit, +, adică se măresc pe credit).

Fiecare cont are o denumire care definește categoria operației ce a fost efectuată.

În final, contabilitatea reflectă operațiile ce au loc în urma desfășurării activității de antreprenorat.

Programele speciale de evidență contabilă reprezintă un sistem integrat ce permite optimizarea sistemului informațional al organizației, o evidență clară și precisă a situației economico-financiare a acesteia. O aplicație des folosită este programul **1C: CONTABILITATE**, care asigură evidența și procesarea documentelor primare și întocmirea tuturor rapoartelor financiare în formă electronică. Actualmente, Inspectoratul Fiscal de Stat acceptă toate rapoartele financiare în formă electronică, ceea ce ușurează viața contabilului modern, reducând fluxul de documente pe suport de hârtie și asigurând o economie de timp.

Toate operațiile economice efectuate în activitatea cotidiană se vor înregistra de întreprinzător, în mod obligatoriu, în documente. Acestea poartă denumirea de **documente justificative** și se întocmesc la momentul îndeplinirii operației economice.

În cadrul documentelor justificative (primare) se includ:

- dispozițiile de încasare și dispozițiile de plată;
- bonul de primire și bonul de consum;
- factura fiscală;
- foaia de parcurs;
- actul de primire–predare a serviciilor;
- lista de inventariere etc.

Fiecare document trebuie să conțină următoarele elemente obligatorii:

- denumirea documentului;
- denumirea agentului economic;
- data întocmirii;
- conținutul operației economice;
- unitățile de măsură a operației economice;
- funcția, numele și semnătura persoanei responsabile.

ANEXA 2

Studiu de caz: Evidența contabilă a afacerii

Maria hotărăște să deschidă un atelier de croitorie. Conform cercetărilor efectuate, ea a determinat că ar putea coase, împreună cu mama sa, câte 4 unități de producție pe zi. La un orar de 5 zile pe săptămână, ele vor confecționa 80 de unități pe lună. Pentru aceasta, Maria are nevoie de 2 mașini de cusut a câte 2 500 lei, un salariu pentru fiecare – câte 1 200 lei, aparat de casă – 2 600 lei, telefon – 300 lei, mobilier – 2 350 lei. Pentru o unitate de producție va fi nevoie de 1,2 m de țesătură la preț de 50 lei/m și furnitură în sumă de 10 lei. Atelierul va fi amplasat într-un local propriu, care necesită pentru adaptare cheltuieli în sumă de 2 000 lei. Întreținerea atelierului – 1 000 lei lunar (servicii comunale și telefonice). Vor mai apărea alte cheltuieli operaționale în sumă de 2 000 lei. Cheltuielile de înregistrare a întreprinderii: înregistrarea la Inspectoratul Fiscal și Camera de Comerț – 1 200 lei, confecționarea ștampilei – 250 lei, obținerea diferitor autorizații – 800 lei.

Exercițiul 1. Elevii scriu pe suport de hârtie toate operațiile descrise în exemplu.

În tabelul de mai jos se prezintă într-o formă structurată operațiile din exemplul de mai sus – scopul este ca elevii să vadă/ elaboreze tabelul și să înțeleagă că această formulă facilitează lucrul cu datele.

Descriere	Cantitate	Sumă, lei
Personal/ salariu pe lună	2	1 200,00
Producere/ lună	80	
Mașini de cusut	2	5 000,00
Aparat de casă	1	2 600,00
Mobilier	1	2 350,00
Țesătură (1 m)	1	50,00
Furnitură	1	10,00
Cheltuieli de adaptare	1	2 000,00
Întreținere atelier (telefon, servicii comunale)	1	1 000,00

Cheltuieli operaționale	1	2 000,00
Înregistrarea întreprinderii	1	1 200,00
Ștampilă	1	250,00
Autorizații	1	800,00

N.B. Tabelul de mai sus constituie prima etapă de înțelegere a unuia dintre principiile de bază ale contabilității – structurarea datelor (date structurate).

Exercițiul 2. Structurăm datele din tabel după categoriile de cheltuieli.

Descriere	Cantitate/ număr	Sumă, lei	Categorie
Lucrători angajați/ salariu lunar	2	1 200,00	Retribuirea muncii
Producere/ lună	80		Produce
Mașini de cusut	2	2 500,00	Utilaj. Obiect de mică valoare (până la 3 000 lei)
Aparat de casă	1	2 600,00	Obiect de mică valoare (până la 3 000 lei)
Mobilier	1	2 350,00	Obiect de mică valoare (până la 3 000 lei)
Țesătură (1 m)	1	50,00	Materie primă
Furnitură	1	10,00	Materie primă
Cheltuieli de adaptare a oficiului	1	2 000,00	Cheltuieli
Întreținere atelier (telefon, servicii comunale)	1	1 000,00	Cheltuieli
Cheltuieli operaționale	1	2 000,00	Cheltuieli
Înregistrarea întreprinderii	1	1 200,00	Cheltuieli
Ștampilă	1	250,00	Obiect de mică valoare (până la 3 000 lei)
Autorizații	1	800,00	Active nemateriale

Exercițiul 3. Continuăm exemplul și adăugăm toate operațiile într-un tabel cu venituri și cheltuieli, inclusiv prima lună de activitate, care include cheltuielile de inițiere a afacerii.

Descrierea operației	Data	Venit (+), lei	Cheltuieli (-), lei
Economii personale	01.03.2017	22 600,00	
Cheltuieli de înregistrare a întreprinderii	01.03.2017		- 1 200,00
Cheltuieli de adaptare a oficiului (reparație cosmetică, lacăt, prize, prelungitor, lampă)	05.03.2017		- 2 000,00
Achitat ștampilă	06.03.2017		- 250,00
Achitat autorizații	06.03.2017		- 800,00
Procurat mobilier	07.03.2017		- 2 350,00
Cumpărat mașină de cusut	07.03.2017		- 5 000,00

Procurat materiale pentru primele 80 de rochii	08.03.2017		- 5 600,00
Transport, lumină, telefon, servicii comunale	05.03.–30.03.2017		- 3 000,00
Salariu pentru 2 lucrători	30.03.2017		- 2 400,00
Total:		22 600,00	- 22 600,00

Soldul la 31.03.2017: 0,00

Exercițiul 4. În funcție de categoria datelor din tabel, căutăm denumirea contului din planul de conturi și-l adăugăm în tabel.

Descriere	Cantitate/ număr	Suma, lei	Categoria	Contul din planul de conturi
Economii perosnale	1	22 600,00	Datorii	513 (Împrumuturi pe termen scurt)
Lucrători/ salariu pe lună	2	1 200,00	Obligații/ Datorii/ Retribu- irea muncii	531 (Datorii față de personal privind retribuirea muncii)
Producere rochii/ pe lună	80		Produs	217 Mărfuri
Mașini de cusut	2	2 500,00	Utilaj (obiect de mică valoare (până la 3 000 lei)	213 (OMVSD)
Aparat de casă	1	2 600,00	Obiect de mică valoare (până la 3 000 lei)	213 (OMVSD)
Mobilier	1	2 350,00	Obiect de mică valoare (până la 3 000 lei)	213 (OMVSD)
Țesătură (1 m)	1	50,00	Materie primă	211 Materiale
Furnitură	1	10,00	Materie primă	211 Materiale
Cheltuieli de adaptare a oficiului	1	2 000,00	Cheltuieli	713 (Cheltuieli generale și administrative)
Întreținere atelier (telefon, servicii comunale)	1	1 000,00	Cheltuieli	713 (Cheltuieli generale și administrative)
Cheltuieli operaționale	1	2 000,00	Cheltuieli	713 (Cheltuieli generale și administrative)
Înregistrarea întreprinderii	1	1 200,00	Cheltuieli	111 (Active nemateriale) și 713 (Cheltuieli generale și administrative)
Ștampilă	1	250,00	Obiect de mică valoare (până la 3 000 lei)	111 (Active nemateriale) și 713 (Cheltuieli generale și administrative)
Autorizații	1	800,00	Active nemateriale	111 (Active nemateriale) și 713 (Cheltuieli generale și administrative)

Exercițiul 5. Analizăm conturile

Contul și denumirea lui	Cantitate/ număr	Suma, lei
513 Împrumuturi pe termen scurt		22 600
Împrumut de la rude	1	30 000
531 Datorii față de personal privind retribuirea muncii		2 400
Maria	1	1 200
Mama	1	1 200
213 Obiecte de mică valoare și scurtă durată (OMVSD)		9 950
Mașini de cusut	2	5 000
Aparat de casă	1	2 600
Mobilier	1	2 350
211 Materiale		5 600
Țesătură	96	4 800
Furnitură	80	800
713 Cheltuieli generale și administrative		7 250
Cheltuieli de adaptare a oficiului	1	2 000
Întreținere atelier (telefon, servicii comunale)	1	1 000
Cheltuieli operaționale	1	2 000
Înregistrarea întreprinderii	1	1 200
Ștampilă	1	250
Autorizații	1	800
111 Active nemateriale		2 250
Înregistrarea întreprinderii	1	1 200
Ștampilă	1	250
Autorizații	1	800

TEMA 3.5***Conturi contabile****Timp:** 90 min.**Obiective operaționale:** La sfârșitul activității didactice, elevii vor putea:

- să caracterizeze forma și structura contului în contabilitate;
- să întocmească corect înregistrări cronologice în conturi;
- să argumenteze necesitatea contului contabil în evidența financiară a afacerii.

Metode și tehnici de învățare: Răspunde–Apreciază–Interoghează(RAI), mozaic, exercițiu, studiu de caz.
Forme de organizare a activității: individual, frontal și de grup.**Resurse didactice:** plicuri cu întrebări, minge, *Anexa 1* multiplicată pentru fiecare grup, *Anexa 2* multiplicată pentru fiecare elev, *Anexa 3* multiplicată pentru fiecare grup.

Etapetele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	<i>Sarcină:</i> Scrieți o listă a tranzacțiilor financiare făcută de un antreprenor pe parcursul unei luni (în baza unui studiu de caz – studiul de caz trebuie să corepsundă cu specialitatea la care învață elevii).		Studiu de caz
Realizarea sensului	Distribuirea suportului informațional în grupuri. <i>Sarcini:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Distribuți părțile suportului informațional între membrii grupului și studiați individual fragmentul de suport care v-a revenit. • Reuniți-vă în patru grupuri de „experți” și discutați toate întrebările care au apărut în legătură cu subiectul abordat. Pregătiți-vă să le explicați colegilor conceptul care v-a revenit. Prezentați grupurilor de „experți”. Profesorul completează cu informații relevante prezentațiile grupurilor. <ul style="list-style-type: none"> • Reveniți în grupurile inițiale și, timp de 5 minute, răspundeți la întrebările colegilor, dacă sunt aspecte care nu au fost înțelese. În cazul în care mai sunt neclarități, apăsați la ajutorul profesorului. <i>Sarcină:</i> Înregistrați în mod cronologic operațiile economice, respectând forma grafică a contului, pentru procurarea câtorva obiecte necesare în amenajarea propriului birou. Prezentați frontale și analiza exercițiului.	40 min.	Mozaic/ Activitate de grup <i>Anexa 1</i> Exercițiu/ Activitate individuală <i>Anexa 2 sau Caietul elevului, pag. 44</i>
Reflecție	<i>Sarcină:</i> Rezolvați studiul de caz propus și argumentați prin exemple rolul conturilor contabile în evidența financiară a afacerii. Prezentați ale grupurilor. După ce sunt făcute toate prezentațiile, profesorul inițiază o discuție reflexivă privind necesitatea utilizării conturilor contabile.	30 min.	Studiu de caz/ Activitate de grup <i>Anexa 3 sau Caietul elevului, pag. 45</i>
Extindere	Elaborați un registru-jurnal pentru o lună de activitate pentru propria idee de afacere. <i>Registru-jurnal</i> este un document obligatoriu ce servește pentru înregistrarea operațiilor economice și financiare în ordinea efectuării lor în timp. În registrul-jurnal se consemnează toate operațiunile economice și financiare din cadrul unei anumite perioade de gestiune.		

Anexe. Tema 3.5

ANEXA 1. CONTUL CONTABIL

Reguli de funcționare a conturilor contabile

Cu ajutorul bilanțului contabil nu poate fi realizată urmărirea completă a modificărilor la care sunt supuse bunurile economice și sursele de finanțare ale unui agent economic. Întocmirea a câte unui bilanț după fiecare operație economică și financiară ar fi un lucru extrem de dificil, din cauza numărului mare de astfel de operații care au loc zilnic. În afară de aceasta, chiar dacă ar fi posibilă întocmirea unui nou bilanț după fiecare operație economică sau financiară, acesta ar reflecta situația patrimoniului și sursele de finanțare la momentul respectiv, dar nu ar arăta modificările care au avut loc în decursul perioadei de gestiune.

Contabilitatea trebuie să asigure cunoașterea nu numai a situației economice și financiare a agentului economic în cauză la momentul dat, ci și a modului cum s-a desfășurat activitatea acesteia pe o anumită perioadă de timp, ce modificări, în sensul creșterilor și descreșterilor, s-au produs zi de zi în volumul și structu-

ra elementelor patrimoniale de activ și pasiv. Din aceste considerente, contabilitatea a trebuit să recurgă la un alt procedeu de lucru. Acest procedeu poartă denumirea de *CONT*.

Pentru fiecare fel sau grup de bunuri economice, surse de finanțare, procese economice sau rezultate financiare, se deschide câte un cont distinct în contabilitatea curentă, cu ajutorul căruia se înregistrează, pe bază de documente, existentul la începutul perioadei de gestiune, precum și modificările acestuia, determinate de operațiile economice și financiare din decursul perioadei de gestiune.

Spre deosebire de BILANȚ, care arată situația tuturor elementelor patrimoniale ale agentului economic la momentul dat, CONTUL are o sferă de cuprindere mult mai restrânsă, referindu-se numai la unul dintre elementele patrimoniale incluse în bilanț, dar despre care arată nu numai situația acestuia la un moment dat, ci și modificările la care este supus pe parcursul perioadei de gestiune.

Așadar, pentru fiecare element patrimonial se deschide câte un cont cu ajutorul căruia se urmărește starea inițială și mișcarea pe o perioadă de timp. De exemplu, se deschide un cont pentru elementul patrimonial „Materiale” sau pentru elementul patrimonial „Credite bancare pe termen scurt”. În cadrul contului, urmărirea se face valoric.

Corespondența conturilor

1. Principiile contabilității în partidă simplă. Toată lumea face contabilitate, deseori chiar fără să-și dea seama. Cu siguranță, cei mai mulți dintre noi fac, fără să realizeze totuși, o contabilitate destul de complexă, care se aseamănă foarte mult cu cea ținută de contabili.

Fiecare dintre noi își notează frecvent pe o coală de hârtie cheltuielile făcute la piață. Să luăm drept exemplu o gospodină care ține evidența banilor cheltuiți la piață. Această primă formă de contabilitate arată cam așa:

Am cumpărat un pui	15 lei*
Am cumpărat legume	10 lei
Am cumpărat brânză	12 lei
<hr/>	
Total cheltuieli	37 lei

Contabilii fac ceva foarte asemănător. Ei deschid câte un cont pentru fiecare tip de cheltuieli efectuate și înregistrează sumele cheltuite în aceste conturi.

Evidența pe care o ține un contabil va arăta cam așa:

Cont „Pui”	Cont „Legume”	Cont „Brânză”
15 lei	10 lei	12 lei

Contabilul a introdus noțiunea de *cont*. Spre deosebire de colile de hârtie utilizate de gospodină, contul este mai practic pentru a înregistra mai ușor informațiile, pentru a urmări în timp cheltuielile făcute și a calcula mai ușor totalul acestor cheltuieli și soldul de bani rămași. Gospodina care vrea să țină contabilitatea cheltuielilor sale în decursul anului va fi interesată să utilizeze conturi care vor avea următoarea formă:

Cont „Brânză”	
Cont „Legume”	
Cont „Pui”	
<i>Data</i>	<i>Suma</i>
12 ian. 2000	15 lei
18 febr. 2000	14 lei
03 mart. 2000	13 lei
28 apr. 2000	15 lei
12 iun. 2000	17 lei
Total	74 lei

* Prețurile sunt convenționale.

Această formă de organizare este practică. Gospodina noastră dispune de informații bine ordonate. Ea poate spune oricând numărul, data și prețul tuturor puilor pe care i-a cumpărat și calculează foarte ușor suma totală cheltuită în decursul anului. Gospodina noastră poate astfel chiar să determine evoluția prețului puilor într-o perioadă de timp.

Acest tip de contabilitate este foarte simplu de folosit, pentru că reprezintă activitatea de înregistrare a sumelor în conturi. Această contabilitate, care se numește *contabilitate în partidă simplă*, este utilizată până în prezent de întreprinderile businessului mic și mijlociu.

2. Principiile contabilității în partidă dublă. Pornind de la exemplul nostru cu gospodina care își face cumpărăturile la piață, să vedem care este principiul, de altfel foarte simplu, ce se ascunde în spatele acestui termen destul de grav și complicat care este *contabilitate în partidă dublă*.

Spre deosebire de exemplul precedent, de data aceasta gospodina noastră vrea să țină evidența diferitor cumpărături efectuate astfel încât să poată determina în același timp câți bani îi rămân în portmoneu. Atunci când merge la piață cu suma de 100 de lei, ea ar dori să vadă câți bani îi vor rămâne după ce va face toate cumpărăturile. Gospodina noastră, care stăpânește acum noțiunea de *cont*, va face calculele puțin altfel.

Ținându-și conturile în acest mod, gospodina noastră utilizează (cu siguranță, fără să o știe) principiul unei contabilități în partidă dublă! Contabilii vorbesc de PARTIDA DUBLĂ, pentru că de fiecare dată când o anumită sumă este înregistrată într-un cont, ea se înregistrează în același timp în mod obligatoriu și într-un alt cont.

<p>Cont „Pui“ (banii plătiți)</p> <p>15/02/2012 15 lei</p>	<p>Cont „Brânză“ (banii plătiți)</p> <p>15/02/2012 10 lei</p>
<p>Cont „Legume“ (banii plătiți)</p> <p>15/02/2012 12 lei</p>	<p>Cont „Portmoneu“ (sursa de plată)</p> <p>Suma inițială 100 lei</p> <p>Brânză 10 lei</p> <p>Pui 15 lei</p> <p>Legume 12 lei</p> <p>Rest 63 lei</p>

Respectând principiul partidei duble, un cont nu poate fi utilizat niciodată singur. El este asociat întotdeauna cu un alt cont, pe care contabilii îl numesc *cont corespondent*.

În comparație cu celelalte conturi utilizate în exemplul nostru, contul „Portmoneu“ reprezintă un caz foarte interesant. Se poate vedea foarte clar că acest cont reflectă intrări de sume (banii care intră în portmoneu înainte de „mișcări“) pentru a exprima circuitul banilor (*Intrări sau ieșiri*) care are loc într-un cont. Restul, numit de contabilii *soldul contului*, corespunde în mod logic diferenței dintre sumele intrate și cele ieșite.

Pentru a înțelege mai bine mecanismul partidei duble, să reținem următorul principiu fundamental:

UNEI INTRĂRI DE VALORI ÎN CONT ÎI CORESPUNDE
O IEȘIRE DE VALORI DIN ALT CONT

Banii care intră într-un cont ies în mod obligatoriu dintr-un alt cont (contul corespondent) și invers. Prin urmare, întotdeauna va exista o dublă înregistrare: una în contul de bază și alta în contul corespondent.

Forma grafică a contului

Gospodina noastră, care nu este încă o adevărată contabilă, a înregistrat mișcările din contul „Portmoneu” utilizând o singură coloană, în care sumele pozitive reprezintă intrări de valori, iar sumele negative – ieșiri de valori. Această idee nu este rea, dar uneori poate da naștere unor confuzii și deveni, prin urmare, o importantă sursă de greșeli.

Pentru a da o formă mișcărilor de valori dintr-un cont, contabilii utilizează o altă formă de prezentare, care are meritul de a fi simplă și clară. Ei reprezintă un cont sub forma literei „T”, fiecare coloană fiind utilizată în mod corespunzător pentru a înregistra intrările sau ieșirile de sume. Utilizând forma T a conturilor, contabilitatea gospodinei noastre ar arăta astfel:

0 Cont „Pui”		0 Cont „Portmoneu”
Intrări leșiri		Intrări leșiri
15 lei		Sumă inițială 100 lei
0 Cont „Legume”		15 lei
Intrări leșiri		10 lei
10 lei		12 lei
0 Cont „Brânză”		000000 Rest după ultima cumpărătură
Intrări leșiri		63 lei
12 lei		

Această modalitate de reprezentare a conturilor are avantajul de a pune foarte bine în evidență principiul partidei duble, materializând sub formă grafică mișcările în contul de bază și în contul corespondent. În acest manual se va utiliza în principal forma T a conturilor, deci este bine să se înțeleagă modul de funcționare și terminologia utilizată de contabilii.

Să o lăsăm pe gospodina noastră la piață și să analizăm mai detaliat modul în care contabilii utilizează T-urile conturilor. Iată cum reprezintă ei un cont.

Fiecare cont este identificat exact printr-un număr unic, care indică locul său în planul de conturi. Prima cifră are o importanță deosebită, pentru că permite să se stabilească rapid despre ce tip de cont este vorba (cont de activ, de pasiv, de capital propriu, de datorii, de cheltuieli sau de venituri, cont în afara bilanțului).

Pe lângă număr, fiecare cont are și o denumire, care descrie detaliat obiectul la care se referă contul. În timpul studiilor, titlul este un element esențial pentru alegerea corectă a contului potrivit pentru tranzacția efectuată.

Înregistrări cronologice în cont

Datele operațiilor economice reflectate în documentele primare trebuie să fie înregistrate ulterior în scopul grupării care răspunde nevoilor gestiunii. Pentru aceasta se utilizează registrele contabile. Ele reprezintă tabele speciale care îmbracă o formă anume și au un conținut în funcție de cerințele controlului și sistematizării informației.

Registrele pot fi sub formă de cărți contabile, fișe, foi albe, întrucât cărțile și fișele contabile pot fi completate numai manual, în ultimul timp acestea se înlocuiesc cu foi albe care pot fi întocmite și la calculator prin intermediul programelor de contabilitate (de exemplu, C1).

Utilizarea diverselor registre este condiționată de volumul și specificul obiectelor contabilizate, caracterul de masă al operațiilor economice, modul de înregistrare și prelucrare a informației economice etc. Aceste particularități influențează asupra construirii registrelor contabile.

Registrele contabile se prezintă sub forma unor caiete, fișe sau listări informative ale căror conținut și formă corespund scopului pentru care se țin. Definite prin prisma sistemului informațional contabil, registrele de contabilitate reprezintă documentele cu ajutorul cărora se realizează înregistrarea cronologică și sintetică

a operațiilor economice și financiare în contabilitate, furnizând informații privind situația și mișcarea patrimoniului.

Principalele registre care se folosesc sunt:

- registrul-jurnal;
- registrul-inventar;
- cartea mare.

Registrul-jurnal este un document obligatoriu ce servește pentru înregistrarea operațiilor economice și financiare în ordinea efectuării lor în timp. În registrul-jurnal se consemnează toate operațiile economice și financiare din cadrul unei anumite perioade de gestiune. Exemplu de filă a acestui jurnal:

Nr. înregistrării	Data înregistrării	Documentul		Descrierea operației economice	Simbolurile conturilor		Suma	
		Nr.	Data		Debit	Credit	Debit	Credit
1	2	3	4	5	6	7	8	9

Registrul-jurnal prezentat are un caracter unic pentru toți agenții economici; în el se consemnează toate operațiile patrimoniale efectuate într-o anumită perioadă de timp pe un anumit cont contabil.

Registrul-inventar cuprinde două părți: listele elementelor inventariate exprimate la valoarea contabilă și la valoarea de inventar. Apoi, în cadrul procedurii de evaluare se determină diferențele de evaluare și cauzele lor.

Exemplu de registru-inventar:

Nr. crt.	Denumirea elementelor inventariate	Cantitatea		Valoarea		Diferențele din evaluare	
		Contabilă	De inventar	Contabilă	De inventar	Cantitatea	Valoarea
1			2	3	4	5	6

Registrul cartea mare este folosit la înregistrarea și gruparea operațiilor economice și financiare în raport cu natura lor, iar în cadrul acestei grupări înregistrarea se face cronologic.

Documentele contabile de sinteză și raportare financiar-contabilă: folosirea datelor contabile în procesul de conducere impune centralizarea și sistematizarea lor periodică.

ANEXA 2. ÎNREGISTRAREA OPERAȚIILOR ECONOMICE

Sarcină: Înregistrați în mod cronologic operațiile economice, respectând forma grafică a contului pentru procurarea câtorva obiecte necesare în amenajarea propriului birou.

Rezolvare:

Nr.	Data	Contul		Suma	Descrierea operației economice
		Debit	Credit		
1.					Pe data de 14.06.2013 s-a depus la contul de decontare, în sumă de 15 000 lei, de antreprenor, pentru cheltuieli operaționale.

2.					Pe data de 16.06.2013 s-au transferat pentru cumpărarea unui computer 7 500 lei.
3.					Pe data de 17.06.2013 s-au transferat pentru achiziționarea telefonului 435 lei.
4.					Pe data de 17.06.2013 s-au transferat 1 500 lei pentru imprimantă.
5.					Pe data de 18.06.2013 s-au transferat 500 lei pentru masă de birou.
6.					Pe data de 18.06.2013 s-au transferat 250 lei pentru scaun de birou.
7.					Pe data de 21.06.2013 s-au transferat 210 lei pentru rechizite de birou.

ANEXA 3

Studiu de caz

Un antreprenor a efectuat depunerea capitalului inițial la bancă în sumă de 5 400 lei, care s-a utilizat pentru:

- confecționarea ștampilei – 250 lei;
- plata pentru certificatul sanitar – 160 lei;
- procurarea unui telefon – 850 lei;
- achitarea plății de arendă a spațiului – 500 lei.

Sarcini:

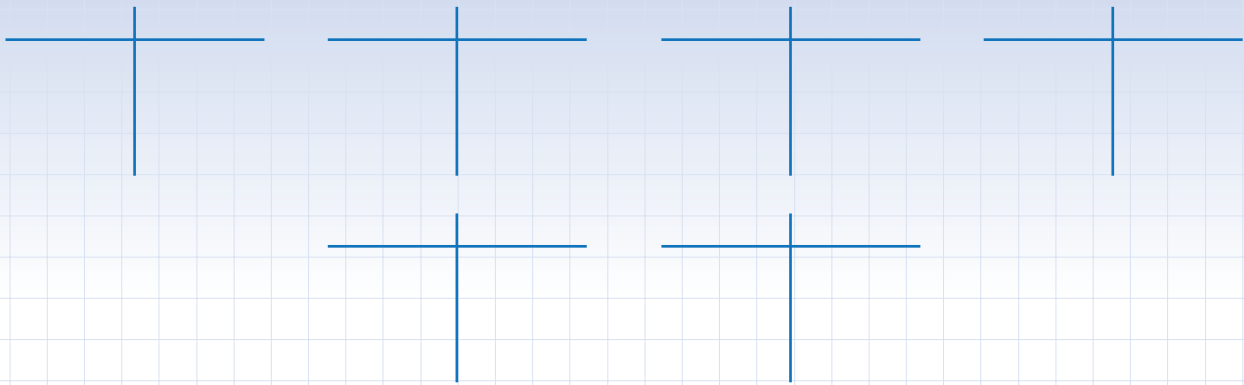
1. Identificați în planul de conturi care sunt conturile ce trebuie utilizate.
2. Determinați felul conturilor indicate în exercițiu.
3. Depistați clasa contului din planul de conturi.
4. Aplicați formula contabilă pentru forma T a contului.
5. Aplicați formula contabilă utilizând forma desfășurată a bilanțului contabil.

Rezolvare:

Sarcinile 1–4. Identificarea din planul de conturi a conturilor care trebuie utilizate, determinarea felului de conturi indicate în studiul de caz, depistarea clasei contului din planul de conturi și aplicarea formulei contabile pentru forma T a contului.

Forma T a contului





Aplicarea formulei contabile utilizând forma desfășurată a bilanțului contabil:

ACTIV	Suma, lei	PASIV	Suma, lei
Active pe termen lung (clasa ____)		Capital propriu (clasa ____)	
Active curente (clasa ____)		Rezultatul financiar (clasa ____)	
		Datorii pe termen lung (clasa ____)	
		Datorii pe termen scurt (clasa ____)	
Total:		Total:	

TEMA 3.6

Structura și elementele de bază ale unui bilanț contabil

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să identifice clasificările grupurilor de elemente ale bilanțului contabil;
- să opereze datele după tipuri de cheltuieli și venituri;
- să întocmească bilanțul contabil simplificat.

Metode și tehnici de învățare: discuție euristică, studiu de caz, lectură activă, analiza bilanțului contabil, Turul Galeriei.

Forme de organizare a activității: frontal, individual, de grup.

Resurse didactice: postere, markere, hârtie colorată, lipici, 4 plicuri (elemente de activ și pasiv), studiul de caz (4 exemplare).

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	Repartizarea elevilor în 4 grupuri; fiecărui grup i se dă câte un plic cu termeni.	5 min.	Termeni în avans
	<i>Sarcina 1:</i> Repartizați termenii din plicul primit în: <i>activ</i> sau <i>pasiv</i> . Lipiți termenii ce caracterizează activul și pasivul pe postere. Prezentările echipelor.	10 min.	Activitate în grup
	(Câte un elev din fiecare grup prezintă posterul cu termenii ce caracterizează activul și pasivul.)	3 min.	Discuție euristică/
	Profesorul anunță tema: <i>Structura și elementele de bază ale unui bilanț contabil</i> . Elevilor li se aduc la cunoștință obiectivele ce urmează să fie realizate de ei la lecția curentă.	2 min.	Activitate frontală

Realizarea sensului	<p><i>Miniprelegere despre structura și elementele de bază ale unui bilanț contabil</i></p> <p>Profesorul le distribuie elevilor suport teoretic.</p> <p>Activitatea 1</p> <p>Elevii numără de la 1 la 4, fiecare număr va avea o sarcină fixă.</p> <p>Nr. 1 – sarcina: Identificați și notați pe caiet cum se clasifică activele pe termen lung.</p> <p>Nr. 2 – sarcina: Identificați și notați pe caiet cum se clasifică activele curente.</p> <p>Nr. 3 – sarcina: Identificați și notați pe caiet cum se clasifică capitalul propriu.</p> <p>Nr. 4 – sarcina: Identificați și notați pe caiet cum se clasifică capitalul împrumutat.</p> <p>Străduiți-vă să înțelegeți și să explicați sensul acestor noțiuni.</p> <p>Elevii se adună în grupuri în funcție de numărul pe care îl au și discută timp de 5 minute, pentru a prezenta rezultatul sarcinilor în public.</p> <p>Activitatea 2</p> <p><i>Sarcina 3:</i> Clasificați datele după tipurile de cheltuieli și venituri; indicați suma (lei).</p> <p><i>Studiul de caz nr. 1</i></p> <table border="1" data-bbox="371 974 1111 1016"> <tr> <td>Profit net</td> <td>$6\ 6000 - 7\ 740,60 = 58\ 259,40$</td> </tr> </table> <p>Fiecare grup prezintă tipurile de cheltuieli și venituri.</p> <p><i>Anexa 1.</i></p>	Profit net	$6\ 6000 - 7\ 740,60 = 58\ 259,40$	8 min.	Miniprelegere
	Profit net	$6\ 6000 - 7\ 740,60 = 58\ 259,40$			
		10/10 min.	Lectură activă/ Activitate individuală		
		10 min.	Studiu de caz/ Activitate în grup		
Reflecție	<p>Activitatea 3</p> <p><i>Sarcina 4:</i> Întocmiți bilanțul contabil în urma operațiilor din studiul de caz.</p> <p>Fiecare grup primește câte o fișă de lucru cu studiul de caz (<i>Anexa 2</i>).</p> <p>Fiecare grup prezintă bilanțul contabil.</p>	20 min.	Turul Galeriei/ Activitate în grup		
Extindere	<p>Activitatea 4</p> <p><i>Sarcina 6:</i> Întocmiți bilanțul contabil conform principiului dublei înregistrări, pentru prima perioadă de gestiune a propriei afaceri.</p> <p>Elevii analizează bilanțul contabil prezentat de coleg.</p>				

Anexe. Tema 3.6

ANEXA 1

Studiu de caz

Timp – 8 min.

Efectuați în bilanțul contabil operațiile economice după tipurile de cheltuieli (indicați suma în lei).

Ana, absolventă a unei școli profesionale, prestează servicii de croitorie pentru persoane fizice de când era studentă. După absolvirea școlii, Ana a decis să deschidă un atelier de croitorie. Motivația a venit de la numărul mare de solicitări din comunitate, precum și de la solicitarea unui antreprenor (Vasile) din orașul Bălți, care era interesat să colaboreze cu Ana. Vasile intenționa să procure în fiecare lună câte 20 de rochii

de mireasă. Oferta era foarte bună, doar că Vasile a pus condiția ca contractul să fie încheiat cu o persoană juridică și toate achitățile să fie făcute prin transfer. A venit timpul ca afacerea să fie înregistrată.

Ana confecționează și comercializează aproximativ 20 de rochii de mireasă pe lună la prețul de 1 000 lei. Absolut toate materialele necesare pentru rochiile de mireasă sunt aduse de antreprenor, Ana are doar cheltuieli de uzură a echipamentului și menținere a spațiului, care constituie aproximativ 2 000 lei pe lună. În afară de coaserea rochiilor de mireasă, Ana mai prestează servicii de croitorie pentru oamenii din sat, care constituie aproximativ 5 000 lei pe lună. Ana a angajat o prietenă din sat cu un salariu net de 7 000 lei pe lună.

Tabelul 1. Planificarea veniturilor și cheltuielilor

Venitul anual	
Fondul de salarii (anual)	
Cheltuieli anuale (inclusiv fondul de salarii)	
Venitul brut	
Impozite și taxe anuale	
Taxa pentru amenajarea teritoriului	
Total impozite și taxe anuale	
Profit net	

ANEXA 2

Studiu de caz

Timp – 20 min.

Întocmiți bilanțul contabil în baza operațiilor din studiul de caz.

Vasile a decis să deschidă o afacere mai neobișnuită. Discutând cu sora sa, care este studentă la medicină, tânărul a observat că fata este nemulțumită de modul în care sunt cusute halatele medicale, pentru că medicii nu arată suficient de elegant în acestea. Vasile, care învață la croitorie, i-a propus surorii să facă modelul unui halat, iar el să coase halatul după acest model. Rezultatul îl vedeți în imagine! Din prima zi în care sora lui Vasile a îmbrăcat halatul la școală, colegile ei și-au manifestat dorința de a procura câte un halat similar. Așa a pornit afacerea lui Vasile.



Promovarea afacerii:

Mai mult decât halate medicale. Poți rămâne elegantă și stilată chiar și la spital – halate medicale pentru cei pentru care contează imaginea. Vrei să arăți bine în halat medical la serviciu? Nimic nu este mai simplu!

Foarte mulți dintre noi ne îmbrăcăm frumos și cu stil. Ne dorim ca halatele medicale să ne ajute să arătăm bine și la spital, chiar dacă mergem acolo să muncim.

Lucrăm cu oameni și avem convingerea că este foarte importantă prima impresie, mai ales cea a unui om bolnav.

Halat medical: pânză tercot de calitate superioară cu textură fină; nu se șifonează; țesătură rezistentă; mâneca scurtă; 3 buzunare aplicate frontal; guler oblic; fermoar cu cheiță.

Mărimi disponibile: XS, S, M, L, XL, XXL.

Prețul unui halat este de 300 lei.

Vasile a reușit să găsească un furnizor de materie primă la preț angro – el cumpără pânza la val, cu 50 lei pentru un metru liniar. În general, toate cheltuielile pentru materia primă pentru un halat sunt de aproximativ 90 lei.

Vasile coase halatele acasă. El are 2 mașini de cusut la prețul de 2 000 lei fiecare și un surfilator la prețul de 3 000 lei.

Vasile reușește să coase 2-3 halate pe zi, în funcție de timpul de care dispune, pentru că merge la cursuri, dar nici comenzi foarte multe nu are la moment.

Tânărul se gândește la două lucruri: cum să promoveze produsele (poate chiar să le pună la vânzare în farmaciile din oraș) și cum să angajeze pe cineva care să coase halate, astfel încât el să aibă mai mult timp pentru promovare.

Și-ar fi dorit mult să cumpere o mașină de cusut nouă, mai performantă, și poate o mașină de brodat, ca să facă o personalizare mai interesantă a halatelor.


Sarcină: Bazându-vă pe studiul de caz descris, operați tipurile de cheltuieli și venituri din activitatea lui Vasile și întocmiți bilanțul contabil, dacă Vasile ar cheltui venitul:

- echipa 1 – pentru promovare;
- echipa 2 – mașină de cusut;
- echipa 3 – mașină de brodat;
- echipa 4 – angajarea unui muncitor.

Tabelul 2. Tipurile de cheltuieli și venituri din activitatea lui Vasile

Venitul lunar	
Mijloace fixe	
Active curente	
Alte active	

Tabelul 3. Bilanțul contabil conform principiului dublei înregistrări

Entitatea „ _____ ” 			
Bilanț contabil la data _____			
Activ	Suma, lei	Pasiv	Suma, lei
Total:		Total:	

ANEXA 3. SUPORT TEORETIC

În Republica Moldova, întreprinderile întocmesc bilanțul contabil după un formular unic, sau tip, aprobat de Ministerul Finanțelor. În acest formular, elementele de activ și pasiv sunt grupate în capitole, iar ultimele, în subcapitole. Bilanțul include 5 capitole, dintre care I și II caracterizează activele întreprinderii, iar III, IV și V – pasivele întreprinderii. Structura și elementele de bază ale bilanțului contabil sunt prezentate în tabelul 1.

Tabelul 1. Structura și elementele de bază ale bilanțului contabil

Entitatea „SRL”			
Bilanț contabil la data _____			
Activ	Suma, lei	Pasiv	Suma, lei
Denumirea elementelor patrimoniale de activ		Denumirea elementelor patrimoniale de pasiv	
Total Active:		Total Pasive:	

Activele

Activele reprezintă totalitatea mijloacelor economice aflate la dispoziția întreprinderii și controlate de aceasta. Agenții economici utilizează un număr mare de active diverse, care se clasifică în următoarele grupuri:

- activele pe termen lung;
- activele curente.

Activele pe termen lung reprezintă mijloacele economice ale întreprinderii cu o durată de utilizare mai mare de un an, care se clasifică în:

- 1) active nemateriale pe termen lung (amortizarea, valoarea de bilanț, proceduri legate de înregistrarea afacerii);
- 2) active materiale pe termen lung (active materiale în curs de execuție, terenuri, mijloace fixe și resursele naturale, uzura valorii de bilanț);
- 3) active financiare pe termen lung (creanțele și investițiile active amânate privind impozitul pe venit și avansurile);
- 4) alte active pe termen lung (cheltuieli anticipate pe termen lung).

Activele curente sunt activele pe termen scurt și reprezintă mijloacele economice ale întreprinderii cu o durată de utilizare de până la un an și se clasifică în următoarele elemente:

- stocuri de mărfuri și materiale (materiale de bază și auxiliare, animale la creștere și îngrășat, obiecte de valoare mică și durată scurtă (producția în curs de execuție cuprinde producția neterminată, produsele cuprind producția finită și mărfurile);
- creanțe pe termen scurt (facturile comerciale, decontările cu bugetul, TVA privind veniturile calculate);
- investiții pe termen scurt;
- mijloace bănești (casă, conturi curente în valută națională și străină);
- alte active curente (cheltuieli anticipate curente).

Pasivele

Pasivele reprezintă sursele de finanțare ale întreprinderii. În practica economică, pasivele se clasifică în:

- capital propriu;
- datorii pe termen lung;
- datorii pe termen scurt.

Capitalul propriu reprezintă sursa permanentă proprie de finanțare a afacerii care se constituie la înființarea întreprinderii și este o condiție obligatorie de existență și funcționare a acesteia.

Capitalul propriu include următoarele elemente:

- 1) capitalul statutar și suplimentar (statutar, suplimentar, nevărsat și retras);
- 2) rezerve (stabilite de legislație, prevăzute de statut și altele);
- 3) profit nerepartizat (pierderea neacoperită din anii precedenți, profitul net [pierderea] din perioada de gestiune, profitul utilizat al anului de gestiune);
- 4) capital secundar (diferențe din reevaluarea activelor pe termen lung, subvenții).

Datoriile pe termen lung reprezintă o sursă străină de finanțare a întreprinderii și se clasifică în:

- 1) datorii financiare pe termen lung (împrumuturi pe termen lung și altele);
- 2) datorii calculate (arendă, venituri anticipate, finanțări și încasări cu destinație specială, avansuri primite, datorii amânate privind impozitul pe venit etc.).

Datorii pe termen scurt:

- 1) datorii financiare (credite bancare pe termen scurt, împrumuturi pe termen scurt, cota curentă a datoriilor pe termen lung etc.);
- 2) datorii comerciale (datorii privind facturile comerciale, datorii față de furnizori, avansuri primite);
- 3) datorii calculate (sub formă de datorii față de salariați privind remunerarea muncii, față de personal privind alte operații, asigurările, plățile extrabugetare, decontările cu bugetul, datorii față de fondatori și alte datorii pe termen scurt).

Gruparea elementelor activului și pasivului bilanțului contabil ne permite să calculăm ușor indicatorii care caracterizează situația financiară a întreprinderii și să efectuăm analiza acestora.

Modificările bilanțiere sub influența operațiilor economice

În procesul activității economice are loc un flux permanent de mijloace care determină anumite modificări în structura și volumul activului și pasivului bilanțului contabil.

În funcție de modul în care influențează activul și pasivul bilanțului contabil, operațiile economice se clasifică în patru tipuri.

Primul tip de modificări are loc în cazul când valoarea unui activ crește, iar valoarea altui activ scade. Notăm valoarea activului cu „A”, valoarea pasivului cu „P” și valoarea modificării cu „a”. În acest caz, pornind de la egalitatea bilanțieră $A = P$, operația economică menționată anterior poate fi reprezentată în felul următor:

$$A + a - a = P$$

Al doilea tip de modificări se produce atunci când valoarea unui pasiv crește, iar valoarea altui pasiv descrește. Notăm valoarea modificării cu „p” și vom păstra notările anterioare; egalitatea bilanțieră va fi:

$$A = P + p - p$$

Cel de-al treilea tip de modificări are loc atunci când se majorează atât posturile de activ, cât și cele de pasiv. Notăm suma acestei operații cu „c”, iar ecuația bilanțieră va avea forma:

$$A + c = P + c$$

Al patrulea tip de modificări se produce atunci când, în urma unei operații economice, se micșorează atât activele, cât și pasivele întreprinderii. Notăm suma acestei operații cu „d”; egalitatea bilanțieră va avea forma:

$$A - d = P - d$$

Din cele expuse rezultă că, indiferent de tipul de operație economică ce are loc la întreprindere, întotdeauna se păstrează echilibrul dintre active și pasive: $A = P$.

TEMA 3.7

Eficiența economico-financiară a afacerii. Rentabilitatea afacerii

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să explice esența categoriilor de cheltuieli;
- să evalueze idei de afaceri în baza unui algoritm;
- să estimeze eficiența financiară a ideii de afaceri.

Metode și tehnici de învățare: presupunerea prin termeni, prelegere interactivă.

Forme de organizare a activității: de grup, frontal, individual.

Resurse didactice: tabele cu tipuri de calcule.

Etapetele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	<p>Acasă, elevii au estimat cheltuielile necesare pentru fondul de salarii, impozite și taxe pentru propria idee de afaceri.</p> <p>Profesorul scrie pe tablă următoarele noțiuni și se adresează către elevi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • cheltuieli directe; • cheltuieli administrative; • cheltuieli comerciale; • profit. <p>1. Cum credeți, la ce categorie de cheltuieli se referă cheltuielile estimate de voi acasă?</p> <p>Apoi le comunică elevilor că prețul unui produs este constituit din 4 categorii principale: cheltuieli directe, cheltuieli administrative, cheltuieli comerciale, profit.</p> <p>2. Individual, timp de 2 minute, estimați în procente ponderea fiecăreia dintre categoriile ce constituie prețul unui produs.</p> <p>3. Timp de 3 minute, discutați în perechi procentajul acordat fiecărei categorii și conveniți asupra unei singure formule.</p> <p>4. Fiecare pereche își prezintă ideea. (Profesorul notează ideile pe tablă.) (5 minute)</p>	20 min.	Presupunerea prin termeni
Realizarea sensului	<p>Categoriile de cheltuieli</p> <p>Profesorul informează elevii, utilizând, în timpul prelegerii, întrebări.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Care sunt cheltuielile directe?</i> (Elevii răspund.) <ul style="list-style-type: none"> – Cheltuielile directe sunt toate cheltuielile absolut necesare pentru a produce un bun sau a presta un serviciu. Acestea sunt cheltuielile pentru: a) materia primă; b) remunerarea angajaților implicați în producere/ prestare de servicii; c) servicii (electricitate, apă, încălzire, pază, transport etc.); d) uzura echipamentului; e) chiria spațiului de producere/ prestare de servicii. • <i>Care sunt cheltuielile administrative?</i> (Elevii răspund.) <ul style="list-style-type: none"> – Cheltuielile administrative sunt cheltuielile necesare pentru conducerea afacerii: a) remunerarea contabilului; b) remunerarea administratorului; c) alte cheltuieli (birotică, transport). • <i>Care sunt cheltuielile comerciale?</i> (Elevii răspund.) <ul style="list-style-type: none"> – Cheltuielile comerciale sunt cheltuielile necesare pentru promovarea și comercializarea produselor (cheltuieli asociate cu aplicarea diferitor strategii de marketing, reduceri oferite, remunerarea agenților de vânzare). • <i>Ce este profitul?</i> (Elevii răspund.) <ul style="list-style-type: none"> – Profitul reprezintă unul dintre scopurile principale ale unei afaceri – diferența dintre veniturile (incasările) afacerii și toate cheltuielile. <p><i>Ponderea fiecărei categorii în preț.</i> Cred că ați observat că magazinele de haine oferă câteva tipuri de reduceri: 20% – 50% – 70%.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Cum credeți, la ce renunță un antreprenor atunci când face 20% reducere?</i> (Elevii răspund.) 	20 min.	Prelegere interactivă

	<p>– 20% reprezintă cheltuielile comerciale – și reducerea de 20% este realizată anume din această categorie de cheltuieli.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Cum credeți, la ce renunță un antreprenor atunci când face 50% reducere?</i> (Elevii răspund.) <p>– 50% reprezintă toate cheltuielile cu excepția celor directe (10% administrative, 20% comerciale și 20% profit). Un antreprenor face astfel de reducere pentru a putea acoperi toate cheltuielile directe asociate cu produsul.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Cum credeți, la ce renunță un antreprenor atunci când face 70% reducere?</i> (Elevii răspund.) <p>– 30% sunt, de obicei, cheltuielile pentru materia primă – adică este costul mărfii procurate. În acest caz, antreprenorul vrea sa-și recupereze investițiile făcute în marfă.</p> <p>Algoritmul evaluării simplificate a unei idei de afacere:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. a) Estimarea cheltuielilor directe pentru un produs sau serviciu; b) Înmulțirea rezultatului obținut la 2 pentru a determina prețul minim de comercializare. 2. Studiul rapid al prețurilor existente pe piață la produsele sau serviciile similare. 3. Dacă prețurile concurenților sunt la fel sau mai mari, atunci merită să fie continuat procesul de elaborare a planului de afaceri. Dacă prețurile concurenților sunt mai mici, atunci trebuie să fie identificate alte procese tehnologice care ar contribui la reducerea cheltuielilor. <p>Orice produs sau serviciu are un ciclu de viață. Evaluarea simplificată a rentabilității ne ajută să identificăm etapa vieții la care se află un produs și, în funcție de aceasta, să luăm deciziile necesare.</p>		
Reflecție	<p>Timp de 10 minute, în perechi/ grup (grupul de elaborare a planului de afaceri), estimați cheltuielile directe pentru afacerea identificată. Prezentați calculele. (Fiecare echipă prezintă calculele făcute.)</p>	20 min.	Lucru în grup
Extindere	<p>Aplicați, în echipe, pașii de evaluare simplificată a câtorva idei de afaceri și completați tabelul pentru cea mai rentabilă idee. Acasă, evaluați rentabilitatea ideii voastre de afacere.</p>	30 min.	

Anexe. Tema 3.7

ANEXA 1. CATEGORIILE DE CHELTUIELI PENTRU UN PRODUS/ SERVICIU ȘI PONDEREA LOR ÎN PREȚ

Cheltuieli/ ponderea	Estimarea cheltuielilor	Total
<p>Cheltuieli directe (50%):</p> <ul style="list-style-type: none"> – materie primă; – servicii (electricitate, apă, încălzire); – chirie; – uzura echipamentului; – remunerarea angajaților; – transport. 		

Cheltuieli administrative (10%): – remunerarea contabilului; – remunerarea administratorului; – birotică; – transport.		
Cheltuieli comerciale (20%): – marketing; – remunerarea agenților; – etc.		
Profit (20%)		

TEMA 3.7*

Eficiența economico-financiară a afacerii

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să definească concepte referitoare la eficiența economico-financiară a afacerii;
- să indentifice indicatorii eficienței economico-financiare a afacerii;
- să calculeze indicatorii eficienței economico-financiare a afacerii;
- să argumenteze eficiența economică a afacerii prin calcule.

Metode și tehnici de învățare: discuție, brainstorming cu mapa de imagini, ghid de studiu, lectura activă, idei importante, exerciții, gândește–perechi–prezintă.

Forme de organizare a activității: individual, frontal, în grup.

Resurse didactice: postere, markere, *Anexa 1* (4 ex.), ghid de studiu (1 ex.), *Anexa 2* și *Anexa 3* (în funcție de numărul de elevi).

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	<p><i>Sarcină:</i> Explicați raționamentul: „Marile afaceri se micșorează, micile afaceri se înmulțesc... Vechea idee că mai mare înseamnă neapărat mai bun e tot mai demodată” (Alvin și Heidi Toffler).</p> <p><i>Întrebări de inițiere:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Ce înțelegeți prin cuvântul „eficient”? – Ce ar trebui să folosim eficient într-o afacere? – De ce trebuie să folosim eficient resursele de muncă? – Cum puteți explica cuvântul „PROFIT”? <p>Distribuirea elevilor în grupuri. Fiecărui grup i se propune:</p> <ul style="list-style-type: none"> • În baza imaginii afișate (<i>Anexa 1</i>), definiți noțiunea „eficiență economico-financiară” și notați-o în cercul gol pe poster. • Completați „razele soarelui” cu indicatorii care considerați că măsoară eficiența unei afaceri. <p>Elevii prezintă posterele.</p>	20 min.	<p>Discuție/ Activitate frontală</p> <p>Brainstorming cu mapa de imagini/ Organizator grafic/ Activitate în grup <i>Anexa 1</i> Coli A3</p>

	<p>Profesorul face un sumar al ideilor și menționează că unele idei noi, dacă acestea au fost omise, vor apărea la sfârșitul lecției pe acest organizator grafic. Profesorul anunță tema și finalitatea modulară:</p> <p>Tema: <i>Eficiența economico-financiară a afacerii.</i></p> <p>Finalitatea modulară: <i>estimarea eficienței financiare a unei afaceri.</i></p>		
Realizarea sensului	<p>Eficiența economică reflectă, în modul cel mai cuprinzător, rezultatele obținute într-o activitate economică, evaluate prin prisma resurselor consumate pentru desfășurarea acesteia în condiții de eficiență maximă.</p> <p>Pentru a descoperi împreună toate aspectele legate de acest concept, vom studia și completa în grup un ghid de studiu:</p> <p><i>Sarcină pentru grupe:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • selectați ideile principale; • discutați în baza textului; • elaborați harta de idei la varianta dată; • prezentați harta de idei; • formulați câte o întrebare pentru celelalte echipe și puneți-o în coșul echipei; • rezolvați exercițiul cu pragul de rentabilitate și prezentați rezultatul. <p>Prezentările echipelor.</p> <p>Profesorul face un sumar al ideilor și explică ceea ce nu a fost prezentat despre indicatorii eficienței economice a afacerii.</p>	40 min.	<p>Ghid de studiu</p> <p>Lectură activă/ Idei importante/ Hartă de idei/ Exerciții</p> <p>Activitate de grup</p> <p><i>Anexa 2</i></p>
Reflecție	<p><i>Sarcină:</i> Analizați studiul de caz și rezolvați sarcinile propuse. Argumentați-vă răspunsurile prin calcule</p> <p>Prezentări.</p> <p><i>Nu uita niciodată:</i> Întreprinderea nou-creată este asemenea unui copil de care trebuie să ai grijă până la maturitate, după care ea va avea grijă de tine!</p> <p>Pentru a fi convins că afacerea va fi eficientă, urmează regulile de bază ale managementului financiar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investește inteligent! • Găsește sursele de finanțare adecvate! • Gestionează eficient activele! • Repartizează cât mai corect profiturile obținute! <p><i>Sarcină:</i> Calculați pragul de rentabilitate a unei afaceri în baza studiului de caz din lucrarea individuală 3.3, pag. 41, din <i>Caietul de sarcini pentru elevi.</i></p>	30 min.	<p>Gândește – Perechi – Prezintă</p>
Extindere			

GHID DE STUDIU

1. Selectați ideile principale.
2. Discutați în baza textului.
3. Elaborati harta de idei la varianta dată.
4. Prezentați harta de idei.
5. Formulați câte o întrebare pentru celelalte echipe și puneți-o în coșul echipei.
6. Rezolvați exercițiul cu pragul de rentabilitate și prezentați rezultatul.

GHID DE STUDIU

1. Selectați ideile principale.
2. Discutați în baza textului.
3. Elaborați harta de idei la varianta dată.
4. Prezentați harta de idei.
5. Formulați câte o întrebare pentru celelalte echipe și puneți-o în coșul echipei.
6. Rezolvați exercițiul cu pragul de rentabilitate și prezentați rezultatul.

GHID DE STUDIU

1. Selectați ideile principale.
2. Discutați în baza textului.
3. Elaborați harta de idei la varianta dată.
4. Prezentați harta de idei.
5. Formulați câte o întrebare pentru celelalte echipe și puneți-o în coșul echipei.
6. Rezolvați exercițiul cu pragul de rentabilitate și prezentați rezultatul.

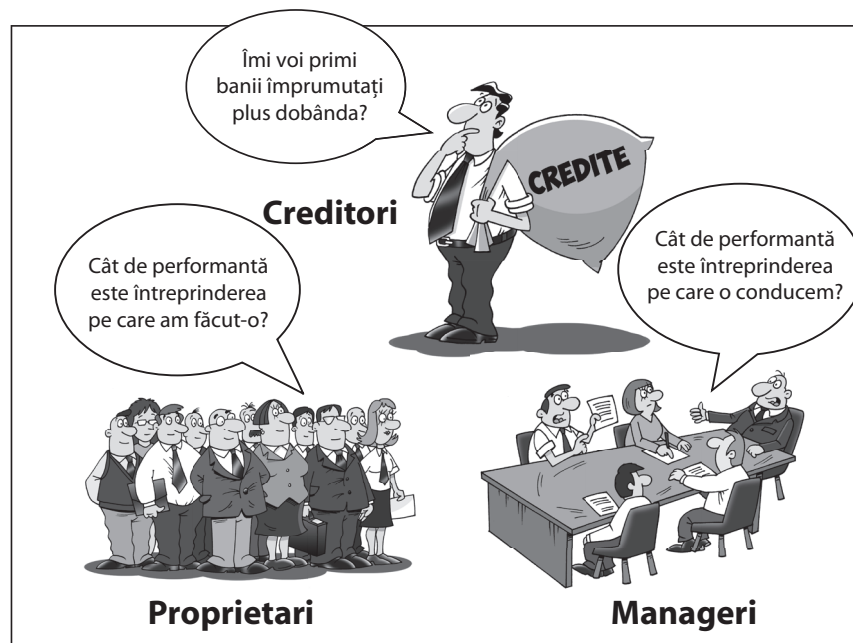
GHID DE STUDIU

1. Selectați ideile principale.
2. Discutați în baza textului.
3. Elaborați harta de idei la varianta dată.
4. Prezentați harta de idei.
5. Formulați câte o întrebare pentru celelalte echipe și puneți-o în coșul echipei.
6. Rezolvați exercițiul cu pragul de rentabilitate și prezentați rezultatul.

Anexe. Tema 3.7*

ANEXA 1

Explicați, în baza imaginii, ce înseamnă eficiența economică a afacerii.



ANEXA 2. EFICIENȚA ECONOMICO-FINANCIARĂ A AFACERII

Eficiența economică reflectă rezultatele obținute într-o activitate economică, evaluate prin prisma resurselor consumate pentru desfășurarea acesteia în condiții de eficiență maximă.

Calcularea unor indicatori financiari, pe baza datelor din formele financiare, vă vor ajuta să evitați unele surprize neplăcute în gestionarea afacerii. Un indicator important, atât la inițierea afacerii, cât și la dezvoltarea ei, este pragul de rentabilitate, care exprimă volumul activității pentru care vânzările sunt egale cu cheltuielile afacerii. În acest caz, compania va acoperi doar costurile, profitul fiind egal cu ZERO.

Pragul de rentabilitate (volum critic) = volumul minim de servicii prestate care să asigure o activitate fără pierderi, nivelul la care venitul afacerii acoperă toate cheltuielile și mai mult nimic.

Pragul de rentabilitate se determină pentru a ști când activitatea va începe să aducă profit.

Pragul de rentabilitate poate fi calculat cu ajutorul unei formule matematice:

Pragul de rentabilitate (Pr)

Pr = Costuri totale

Prețul unei unități

(În cazul când avem mai multe produse/ servicii – prețul mediu al unui produs/ serviciu.)

Pragul de rentabilitate

Pragul de rentabilitate reprezintă volumul de vânzări/ prestare servicii necesar, la care venitul generat din aceste vânzări/ servicii acoperă toate cheltuielile de funcționare a afacerii.

E acceptabil ca în perioada de inițiere a unei afaceri veniturile să nu acopere toate cheltuielile necesare. În funcție de tipul și domeniul afacerii, această perioadă poate dura în timp, dar scopul antreprenorului este ca într-o perioadă cât mai scurtă profitul generat în cadrul afacerii să acopere cheltuielile fixe ale afacerii proprii.

Pentru a calcula pragul de rentabilitate, este necesar să fie cunoscute câteva date importante despre afacerea proprie. Pentru aceasta e nevoie să se rezerveze câteva zile pentru a investiga piața, concurenții, viitorii furnizori și, mai ales, potențialii clienți, cei care vor dori să plătească pentru produsul/ serviciul oferit.

Mai întâi trebuie să se estimeze cheltuielile fixe. Cheltuielile fixe sunt egale cu acele cheltuieli pe care trebuie să le acoperi indiferent de volumul vânzărilor pe care le are întreprinderea. De exemplu, cheltuieli pentru:

- închirierea spațiului de lucru;
- energie, apă, gaz, salarii etc.

Toate aceste cheltuieli vor fi plătite lunar, odată cu semnarea contractelor respective cu furnizorii.

Dacă capitalul investit provine dintr-o sursă externă, care trebuie rambursată lunar sau trimestrial, suma de rambursat trebuie inclusă tot la capitolul de cheltuieli fixe, chiar dacă din punct de vedere contabil nu sunt costuri în totalitate. Suma acestor cheltuieli reprezintă necesarul de capital lunar al antreprenorului. Afacerea pe care vrei să o pornești trebuie să genereze venituri minime ca să acopere aceste cheltuieli – în caz contrar, antreprenorul va fi nevoit să caute surse suplimentare sau să aducă bani de acasă pentru a dezvolta în continuare afacerea.

Exemplu: Creșterea și comercializarea florilor.

1. Cheltuieli fixe lunare: chirie spațiu – 1 000 lei; utilități – 100 lei; salarii – 2 000 lei (cu toate taxele incluse); telefon – 100 lei; alte cheltuieli – 150 lei. Total cheltuieli fixe: 3 350 lei.

2. Mai departe trebuie să calculăm adaosul comercial pe care îl generează fiecare produs sau serviciu vândut. Trebuie să știm care este costul de achiziție al produsului sau de obținere a serviciului și care este prețul lor de vânzare. În costul de achiziție se includ toate acele cheltuieli generate de procurarea produsului până la vânzare, care pot include: costul de achiziție de la furnizor, costul transportului, costul ambalării, taxele și impozitele calculate la fiecare vânzare în parte etc. Adaosul comercial este diferența dintre prețul de vânzare al produsului și costul de vânzare al acestuia.

De exemplu: costul de achiziție a florilor, calculat pe fir, este format din: prețul mediu de achiziție de la depozit – 5 lei, costul pentru transport – 1 leu pe fir, costul pentru ambalare – 1 leu pe fir. Costul mediu total este de 7 lei bucata. Prețul mediu de vânzare estimat de antreprenor este de 10 lei firul. Marja comercială sau adaosul comercial este de 3 lei firul ($10 - 7 = 3$). Marja comercială poate fi exprimată și ca procent din prețul de achiziție sau din prețul de vânzare al produsului. Se calculează ca rezultat al relației: marja comercială/ prețul de vânzare al produsului.

Astfel: $3/7 \text{ lei} \times 100 = \text{aproximativ } 43\% \text{ adaos comercial mediu în procente.}$

3. Am ajuns la calculul efectiv al pragului de rentabilitate, care poate fi exprimat ca:

- a) Volum de produse vândute, egal cu rezultatul relației: valoarea cheltuielilor fixe – marja comercială pe produs. Calculul utilizat în afaceri cu o varietate redusă de produse și servicii.

Exemplu: prag de rentabilitate = $3\,350/3 = 1\,117$ fire vândute.

- b) Volum de vânzări, egal cu rezultatul relației: valoarea cheltuielilor fixe – procentul marjei comerciale. Calculul utilizat în afaceri cu o varietate ridicată de produse.

Exemplu: pragul de rentabilitate = $3\,350 \text{ lei}/0,43\% = 14\,405 \text{ lei}$ vânzări necesare pentru a acoperi cheltuielile fixe.

Este nevoie de vânzări minime de 14 405 lei pentru a acoperi costurile de funcționare a afacerii de creștere și comercializare a florilor. Dacă vânzările sunt mai mici, antreprenorul trebuie să aducă bani suplimentari, împrumutați sau personali, de acasă. Dacă se estimează vânzări mai mari, atunci florăria aduce profit din prima lună.

Analiza pragului de rentabilitate poate îmbunătăți vânzările

Analiza pragului de rentabilitate se realizează printr-o formulă simplă, care ajută la determinarea numărului real de produse necesare pentru a vinde, în vederea câștigării unei sume egale cu cea cheltuită pe fabricarea produselor/ prestarea serviciilor, adică pragul de rentabilitate.

Datele necesare pentru calcularea pragului de rentabilitate:

Costuri fixe

Costurile fixe sunt cheltuielile care rămân neschimbate în fiecare lună, indiferent de cantitatea de unități vândute. Acestea includ: chiria, utilitățile, salariile, consumabile de birou, alte costuri administrative care nu sunt legate direct de unitatea de producție.

Costuri variabile unitare

Calcularea costurilor variabile unitare necesită urmărirea tuturor costurilor asociate direct cu fabricarea sau asamblarea unui produs/ prestarea unui serviciu. De exemplu, dacă cumperi 10 kg de salam la prețul de 150 lei și poți face 30 de sendvișuri cu această cantitate, pragul de rentabilitate pentru salam este de 5 lei pentru un sendviș ($150/30 = 5$). În mod similar, dacă un muncitor este capabil să producă 25 de sendvișuri pe oră și câștigă 10 lei pe oră, costul cu salariul asociat fiecărui sendviș este de 0,40 lei ($10/25 = 0,40$).

Prețul mediu unitar

Acesta este prețul produsului cu care îl taxezi pe client. Dacă prețurile pentru același produs diferă în funcție de locație sau de momentul zilei, atunci poți calcula un preț mediu pentru a stabili pragul de rentabilitate.

Cum calculezi pragul de rentabilitate din punct de vedere cantitativ?

Formula pentru pragul de rentabilitate cantitativ este:

$$PR = \text{Costuri fixe} / (\text{Prețul mediu unitar} - \text{Costul variabil unitar})$$

Să revenim la exemplul anterior: dacă costurile totale fixe pe lună sunt egale cu 2 000 lei, costurile variabile pentru un sendviș sunt de 3 lei, iar prețul de vânzare este de 6 lei pentru un sendviș, vei atinge pragul de rentabilitate la 667 de sendvișuri vândute: $2000 / (6,00 - 3,00)$. Aceasta înseamnă că va trebui să vinzi cel puțin 668 de sendvișuri în fiecare lună pentru a tinde către profit.

Cum te poate ajuta analiza pragului de rentabilitate în luarea deciziilor?

Ce se întâmplă dacă ai fi vrut să vinzi sendvișuri la prețul de 7-8 lei? Dar dacă nu dorești să modifice prețul sendvișurilor, însă nu obții profit sau nu atingi pragul de rentabilitate lunar? Acestea sunt exemple de decizii de business importante, care pot fi soluționate prin intermediul datelor furnizate de analiza pragului de rentabilitate.

TEMA 3.8**Lecție de evaluare**

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să prezinte prognoza financiară pentru propria idee de afaceri;
- să evalueze prognoza financiară pentru propria idee de afaceri și a colegilor în baza rubricilor.

Metode și tehnici de învățare: rubrici, evaluare reciprocă.

Forme de organizare a activității: de grup, frontal, individual.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	Analizați, în perechi, rubricile de evaluare și formulați 1-2 întrebări de concretizare, clarificare. Întrebările sunt prezentate și notate pe tablă, apoi profesorul, împreună cu elevii răspund la ele.	15 min.	GPP Discuție frontală
Realizarea sensului	Elevii sunt împărțiți în grupuri mici, de câte 3 persoane, și prezintă pe rând prognoza financiară pentru propria idee de afaceri, utilizând produsele elaborate în cadrul modulului III. Scopul discuției în grup este de a acumula și a acorda sugestii de îmbunătățire a produsului final colegilor.	40 min.	Activitate în grup
Reflecție	În baza sugestiilor colectate, fiecare elev, individual, definitivează prognoza financiară pentru propria idee de afaceri.	20 min.	Activitate individuală
Extindere	Discuție privind aspectele importante studiate în cadrul modulului III. Profesorul formulează întrebarea: „Ce aspecte învățate în cadrul acestui modul sunt importante și interesante pentru tine?” Numește un elev care va răspunde. Elevul care răspunde numește un alt elev care va răspunde la aceeași întrebare. Procesul durează până când fiecare elev numește câte un aspect. Elevilor li se atrage atenția că trebuie să se străduiască să valorifice aspecte diferite.	15 min.	Discuție în lanț

Modulul IV

MARKETINGUL AFACERII

18 ore (6 ore de activitate individuală)



DESCRIERE GENERALĂ:

Scopul acestui modul este de a le sugera elevilor faptul că marketingul are menirea să convingă clienții să cumpere.

Competența dezvoltată în cadrul modului IV: Competența de a promova și realiza produsul/ serviciul.

Pentru dezvoltarea acestei competențe, sunt elaborate următoarele finalități modulare:

- *Utilizează conceptul de marketing în promovarea afacerii.*
- *Realizează o cercetare de marketing pentru un produs/ serviciu.*
- *Analizează concurenții.*
- *Evaluează produsul/ serviciul propus în conformitate cu cerințele existente pe piață.*
- *Stabilește prețul unui produs/ serviciu.*
- *Elaborează strategia de promovare a unui produs/ serviciu concret.*
- *Apreciază importanța marketingului pentru succesul afacerii.*

Elevii urmează să conștientizeze necesitatea unei relații sănătoase și durabile dintre clienți și antreprenor, deoarece nicio afacere nu poate deveni profitabilă fără o asemenea legătură. Dar pentru a atinge aceste obiective, elevii trebuie să înțeleagă faptul că orice antreprenor va studia necesitățile și comportamentul consumatorului prin intermediul cercetării de piață. De asemenea, elevilor li se va aduce la cunoștință legătura existentă între modulul IV – *Marketingul afacerii* – și modulul V – *Planificarea afacerii* –, în cadrul căruia vor aplica cunoștințele și abilitățile obținute pe parcursul orelor de la Marketingul afacerii în elaborarea Planului de marketing.

Un aspect metodologic important este tema pentru acasă, care începe să fie realizată în clasă, la etapele de reflecție și/sau extindere, sub îndrumarea profesorului, și continuă acasă, creând premise pentru ca fiecare elev să o facă. La lecția următoare, la etapa de evocare, tema de acasă este valorificată în contextul temei noi, un element motivațional important pentru realizarea ei.

ASPECTE METODOLOGICE PRIVIND EVALUAREA

În cadrul modulului IV, se va evalua competența de a promova și realiza produsul/ serviciul. Evaluarea formativă se va aplica la fiecare lecție. Pentru aceasta, elevii vor realiza anumite sarcini care vor finaliza cu elaborarea unui produs care poate fi evaluat și apreciat cu notă. La ultima lecție, elevii vor prezenta strategia lor de marketing, în care vor reflecta toate aspectele studiate în cadrul modulului IV. Astfel, produsele elaborate asigură continuitatea și motivează elevii să le facă mai calitativ, deoarece știu de la început că în baza lor vor elabora și prezenta ultimul produs – *Strategia de marketing*. Prezentăm, în tabelul ce urmează, subiectele abordate și tema pentru acasă, adică produsul elaborat care poate fi evaluat de profesor.

Nr. temei	Tema lecției	Nr. de ore	Produsul/ Tema pentru acasă
4.1	Noțiuni generale de marketing	2	Acțiuni pentru fiecare funcție din perspectiva afacerii proprii
4.2	Cercetarea de piață	2	Cercetarea de piață pentru propriul produs/ serviciu. Chestionar. Concluzii
4.3	Piața și clienții	2	Calculule privind mărimea pieței pentru propria idee de afaceri și cota potențială a propriei idei de afaceri
4.4	Concurența și segmentarea pieței	2	Segmentarea pieței pentru produsul/ serviciul propriei afaceri
4.5	Produsul: bunuri și servicii	2	Factorii care influențează calitatea produsului sau serviciului pentru propria afacere
4.6	Formarea prețului	2	Prețul de realizare a propriului produs, utilizând ambele strategii – estimarea costurilor și comparația cu prețurile concurenților
4.7	Promovarea, plasarea și distribuția. Mixul de marketing	2	Strategia de promovare a produsului sau serviciului. Mixul de marketing pentru propria idee de afacere
4.8	Lecție de evaluare	2	Prezentarea strategiei de marketing

După cum am menționat anterior, produsul final pentru modulul IV este *Strategia de marketing*. Instrumentul de evaluare aplicat este revizuirea circulară. Cadrele didactice vor evalua prezentarea *Strategiei de marketing* pentru propria idee de afacere în baza unor rubrici.

RUBRICI PENTRU EVALUAREA STRATEGIEI DE MARKETING

Produsul evaluat	Niveluri		
	Minim (nota 5-6)	Mediu (nota 7-8)	Înalt (nota 9-10)
Calculule privind mărimea pieței și cota potențială a ideii de afaceri	Comit greșeli în realizarea calcululelor.	Aplică corect formulele pentru calcularea mărimii pieței și cotei potențiale a afacerii.	Aplică corect formulele pentru calcularea mărimii pieței și cotei potențiale a afacerii raportate la propria idee de afaceri.

Concurența	Explică cu dificultăți conceptele de <i>concurență și segmentare a pieței</i> . Prezintă 1-2 concurenți ai afacerii proprii.	Explică conceptele de <i>concurență și segmentare a pieței</i> . Identifică concurenții afacerii proprii și determină parțial segmentul-țintă al pieței pentru propria afacere.	Explică conceptele de <i>concurență și segmentare a pieței</i> . Analizează concurenții afacerii proprii și determină segmentul-țintă al pieței pentru propria afacere.
Produsul/ serviciul	Describe produsul/ serviciul. Numește 1-2 factori care influențează calitatea produsului sau serviciului pentru propria afacere și îi explică cu dificultate.	Describe produsul/ serviciul. Numește factorii care influențează calitatea produsului sau serviciului pentru propria afacere, dar explică doar 1-2 dintre aceștia.	Describe produsul/ serviciul. Numește factorii care influențează calitatea produsului sau serviciului pentru propria afacere și explică modul în care aceștia influențează calitatea.
Prețul	Numește prețul de realizare a propriului produs/ serviciu, dar nu poate explica cum a fost calculat.	Numește prețul de realizare a propriului produs/ serviciu și explică în ce mod a utilizat strategia de estimare a costurilor fără a face comparație cu prețurile concurenților.	Numește prețul de realizare a propriului produs/ serviciu și explică în ce mod a utilizat ambele strategii – estimarea costurilor și comparația cu prețurile concurenților în calcularea lui.
Mixul de marketing	Numește cei 4P, dar are dificultăți în explicarea lor.	Explică cei 4P, dar analizează numai 2 dintre aceștia, în raport cu afacerea proprie.	Explică cei 4P și elaborează mixul de marketing pentru afacerea proprie, luând în calcul interdependența lor.
Strategia de marketing	Prezintă 1-2 elemente ale strategiei de marketing pe un poster, comite greșeli de terminologie.	Prezintă 2-3 elemente ale strategiei de marketing pe un poster, utilizând un limbaj specific, corect din punctul de vedere al terminologiei.	Prezintă toate elementele strategiei de marketing pe un poster, utilizând un limbaj coerent, specific, corect din punctul de vedere al terminologiei.

TEMA 4.1

Noțiuni generale de marketing

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să explice conceptul de marketing din perspectiva unui antreprenor;
- să caracterizeze funcțiile marketingului la lansarea unui nou produs;
- să explice importanța elaborării acțiunilor pentru fiecare funcție de marketing pentru succesul propriei afaceri.

Metode și tehnici de învățare: ese de 5 minute; GPP; studiu de caz; metoda PRES; prezentare PPT; problematizare.

Forme de organizare a activității: frontal; în perechi; individual; activitate în grup.

Resurse didactice: PPT; fișa cu studiul de caz „Lansarea atelierului de reparație a hainelor”; proiector digital; calculator.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	<i>Sarcină:</i> Pornind de la afirmația „Clientul are întotdeauna dreptate”, individual, timp de 5 minute, realizați un minieseu la acest subiect. Prezentați minieseul în perechi, apoi elaborați o variantă comună. Prezentați minieseul îmbunătățit, în perechi, colegilor.	15 min.	GPP. Eseu de 5 minute/ Activitate individuală și în perechi
Realizarea sensului	Prin prelegere însoțită de o prezentare Power Point, profesorul le explică elevilor noțiunea de <i>marketing</i> și obiectivele marketingului. Pe parcursul miniprelegerii, elevii notează pe caiet cuvintele-cheie din cadrul temei, conceptele marketingului. <i>Sarcină:</i> Închipuiți-va că sunteți un antreprenor. De ce ați avea nevoie de cunoștințe despre marketing? Profesorul explică funcțiile marketingului. Elevii sunt împărțiți în 4 echipe. Se prezintă succint cazul: <i>Anișoara vrea să deschidă, în orașul Florești, un mic atelier pentru reparația hainelor. Atelierul va fi amplasat în apropierea pieței centrale din oraș.</i> <i>Sarcină:</i> Utilizând schema privind funcțiile marketingului, propuneți câte o acțiune pentru fiecare funcție a marketingului pe care trebuie s-o întreprindă Anișoara pentru a lansa afacerea. Prezentările elevilor. Explicarea succintă a noțiunilor de <i>preț, produs, promovare, plasament (4P)</i> și cei 4C (la care vor mai reveni în acest modul).	45 min.	Prelegere cu prezentare Power Point (PPT) Problematizare/ Discuții dirijate/ Activitate frontală Explicație în baza PPT Studiu de caz/ Activitate în grup Prelegere
Reflecție	<i>Sarcină:</i> Argumentați necesitatea proiectării acțiunilor pentru fiecare funcție de marketing prin metoda PRES. Profesorul explică algoritmul de prezentare a metodei PRES: P – exprimați-vă părerea; R – formulați un raționament (explicând opinia proprie); E – dați un exemplu; S – elaborați un sumar al ideii propuse. Elevii prezintă argumentele formulate. Analiza lecției și notarea elevilor.	26 min.	Metoda PRES/ Activitate în perechi Prezentare/ Activitate frontală
Extindere	Elaborați acțiuni pentru fiecare funcție a marketingului din perspectiva afacerii proprii.	4 min.	

TEMA 4.2

Cercetarea de piață

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să descrie conceptul de cercetare de marketing din perspectiva antreprenorului;
- să efectueze cercetarea de piață pentru produsul/ serviciul propriu;
- să aprecieze importanța cercetării de piață în lansarea și dezvoltarea afacerii.

Metode și tehnici de învățare: graffiti, lectură intensivă, GPP, simulare, axa valorii, exercițiu.

Forme de organizare a activității: de grup, în perechi, individual.

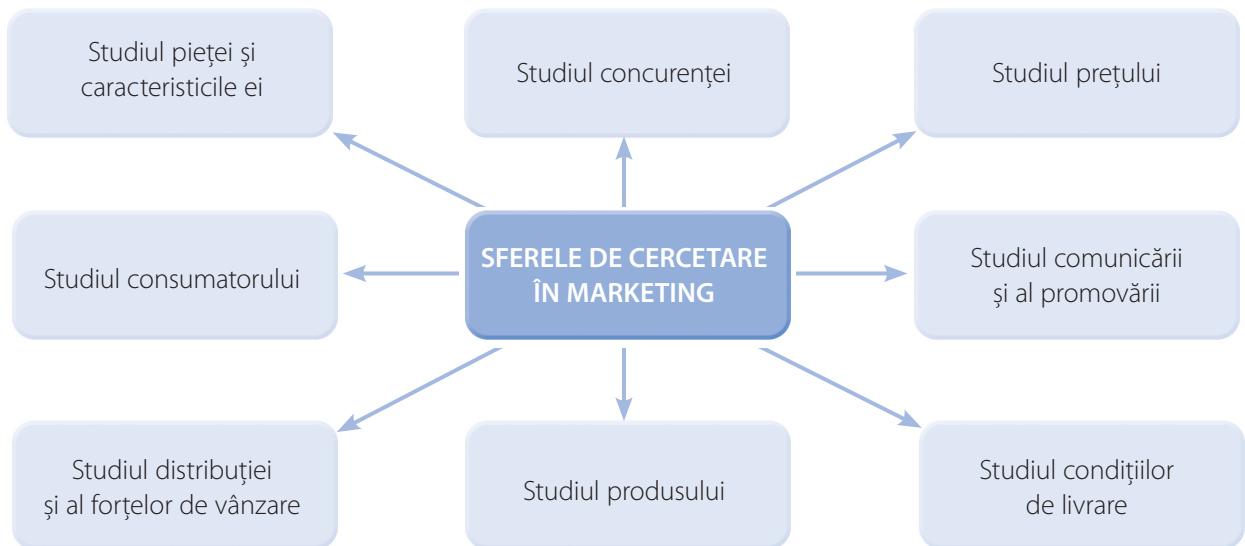
Resurse didactice: coli A3, *Anexa 1*, model de chestionar (pag. 51 din Caietul de sarcini).

Etapile cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	Elevii prezintă acțiunile elaborate în grupuri mici, apoi 3-4 elevi le prezintă într-un grup mare. Profesorul formulează câteva <i>întrebări/ sarcini</i> : <ul style="list-style-type: none"> • De ce este important/ nu este important să fie elaborate acțiuni pentru fiecare funcție de marketing? • Explicați noțiunea de marketing. • Cum credeți, de ce trebuie studiată piața? 	15 min.	Activitate de grup Activitate frontală
Realizarea sensului	<p><i>Sarcină:</i> Citiți textul din <i>Anexa 1</i> și răspundeți la următoarele întrebări:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ce înțelegeți prin noțiunea de cercetare de marketing? • Explicați ce are de câștigat un antreprenor dacă realizează cercetarea de marketing. • Descrieți o metodă de cercetare de marketing. • Stabiliți succesiunea și numerotați etapele de realizare a cercetării de marketing. • Propuneți un principiu de bază pentru formularea întrebărilor din chestionar. <p><i>Sarcină:</i> Elaborați împreună cu colegul un set de întrebări pentru un chestionar de cercetare a pieței la un produs extras la sorți, conform algoritmului:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. În baza modelului din <i>Caietul de sarcini</i> (pag. 51), individual, timp de 5 minute, scrieți o listă de 5 întrebări pentru chestionarul de cercetare a pieței. 2. Discutați în perechi întrebările, timp de 10 minute, și scrieți întrebările comune. 3. Trei-patru perechi prezintă întrebările. <p>Profesorul solicită concretizări referitor la scopul întrebărilor din chestionar.</p>	20 min. 20 min. 5 min.	<p>Lectură intensivă</p> <p>Activitate de grup/ <i>Anexa 1:</i> Cercetarea de piață</p> <p>GPP/ Activitate în perechi/ Model de chestionar – pag. 51 din <i>Caietul de sarcini</i></p>
Reflecție	<p><i>Sarcină:</i> Efectuați o cercetare de piață a propriului produs/ serviciu, aplicând chestionarul elaborat anterior printre colegii de grup, timp de 7 min.</p> <p>Debrifarea simulării.</p> <p><i>Sarcină:</i> Plasați-vă pe linia valorii în segmentul care exprimă opinia voastră vizavi de importanța cercetării de piață. Argumentați-vă poziția prin rezultatele cercetării pe care le-ați obținut.</p> <p>Elevii se vor plasa pe următoarele poziții: – foarte important; important; puțin important; neimportant.</p>	20 min. 10 min.	<p>Simulare/ Chestionar</p> <p>Linia valorii/ Activitate individuală</p>
Extindere	<p><i>Sarcină:</i> Efectuați cercetarea de piață pentru propriul produs/ serviciu, aplicând chestionarul elaborat. Intervistați cel puțin 10 clienți potențiali. Analizați rezultatele și formulați concluzii</p>		Exercițiu

Anexe. Tema 4.2

ANEXA 1. CERCETAREA DE PIAȚĂ

Cercetarea de piață este o activitate de proiectare, strângere, analiză și raportare a datelor relevante pentru o situație particulară de marketing cu care se confruntă o întreprindere. Antreprenorul, înainte de a vinde ceva, trebuie să cunoască de ce produse/ servicii au nevoie consumatorii. Pentru aceasta, el trebuie să facă o minicercetare a situației pe piață: care este prețul produselor similare, care este calitatea, ambalajul produselor date sau calitatea prestării serviciilor cercetate, cum sunt promovate, cum sunt distribuite etc. Principalele domenii ale cercetării sunt expuse în figura de mai jos.

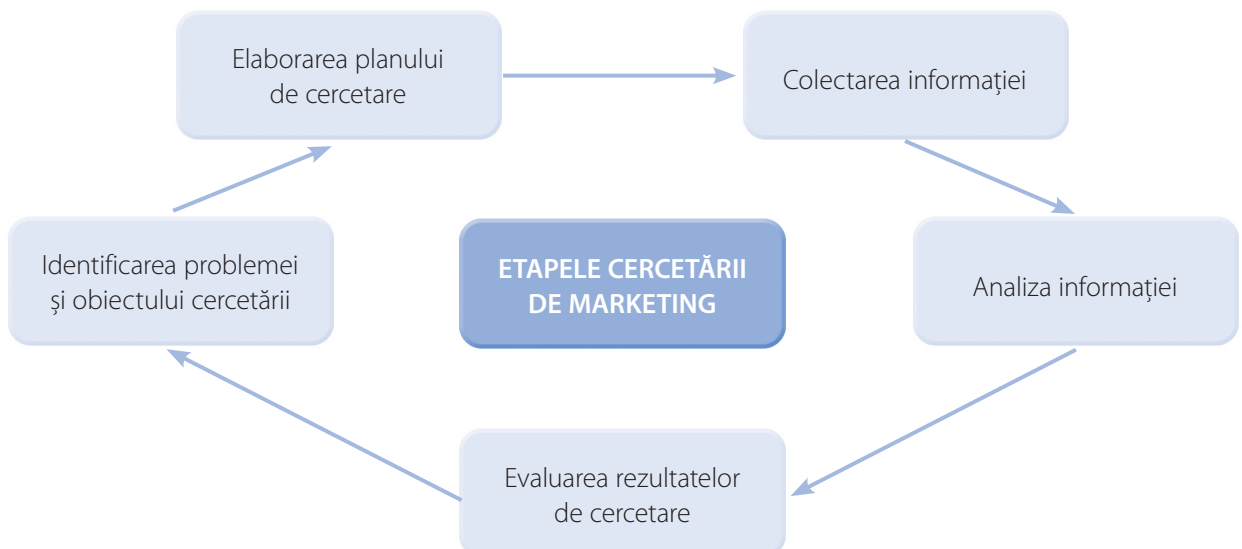


Principalele metode de cercetare:

- *studiul* (sondajul, interviul personal, interviul telefonic, ancheta, chestionarul);
- *observarea* (fișe de observare);
- *informații de bază* (studierea anuarelor companiilor, a literaturii de specialitate);
- *experimentul de piață* – se aplică în scopul verificării tuturor aspectelor legate de afacerea planificată într-o situație similară cu cea reală.

ANEXA 2. ETAPELE DE REALIZARE A CERCETĂRII DE MARKETING

Pentru a realiza o cercetare de marketing, este important să fie respectate următoarele etape:



ANEXA 3. PAȘI ÎN PLANUL DE CERCETARE A PIEȚEI

1. Scopul cercetării de piață. De exemplu: a determina dacă piața solicită produsul sau serviciul pe care dorim să-l lansăm și să-i elaborăm o strategie reală de pătrundere pe piață.

2. Obiectul cercetării: piața, produsul, prețul, distribuția, comunicarea.

3. Metode de cercetare: studiul, observarea, informații de bază, experimentul de piață.

După ce s-au stabilit scopul și obiectul și s-a selectat metoda de cercetare, urmează să se elaboreze instrumentele de cercetare, cum ar fi chestionarul. Proiectarea și elaborarea unui chestionar se va efectua în baza următoarelor etape:

- *Definirea clară a informațiilor necesare și pe care ne-am dorit să le obținem.*
 - *Stabilirea tipurilor de întrebări care constituie structura chestionarului. Există două tipuri de întrebări:*
 - a) *închise* – cu răspunsuri scurte oferite de-a gata (de exemplu: da, nu; des, mediu, rar, nicio dată etc.);
 - b) *deschise* – cu răspuns liber în care respondentul își expune părerea.
 - *Formularea întrebărilor din chestionar prevede respectarea a patru principii de bază:*
 - *să fie clare și concise* – cât mai scurt, folosirea limbajului cotidian;
 - *selectarea cuvintelor* – astfel încât să se evite sugerarea unui anumit răspuns, fapt care ar duce la răspunsuri nesincere;
 - *luarea în considerare a capacităților persoanelor de a răspunde la întrebări;* există cazuri în care anumite persoane nu cunosc nimic referitor la o anumită întrebare;
 - *aprecierea bunăvoinței persoanelor de a răspunde la întrebările formulate în chestionar;* există întrebări nedorite, la care cel chestionat nu dorește să răspundă sincer, fiindcă, de exemplu, se poate referi la chestiuni personale (igienă, venituri).
- 4. Stabilirea succesiunii întrebărilor** trebuie să se facă în ordine logică, de la cele simple la cele mai complexe.
- 5. Pretestarea chestionarului** este o etapă absolut obligatorie, deoarece permite depistarea eventualelor erori, scăpări comise la elaborarea chestionarului. Acest lucru se poate face foarte simplu. Rugați, de pildă, prietenii, colegii să răspundă la întrebările formulate în chestionar. Dacă aceștia nu cer explicații suplimentare și răspunsurile sunt clare, atunci chestionarul poate fi aplicat, iar dacă nu, atunci se trece la următoarea etapă.
- 6. Revizuirea și redactarea finală a chestionarului.** Rezultatele pretestării chestionarului sunt analizate, se fac modificările necesare.
- 7. Implementarea chestionarului.** După multiplicare, chestionarul este distribuit persoanelor supuse cercetării pentru a fi completat. Întrebările din chestionar pot fi adresate oral, notându-se răspunsurile, sau pot fi formulate în scris, persoanele chestionate răspunzând, de asemenea, în scris.

TEMA 4.3

Piața și clienții

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să caracterizeze conceptul de piață și elementele ei;
- să explice comportamentul consumatorului pe piață;
- să aprecieze rolul calculelor privind mărimea pieței și cota afacerii pe piață în succesul afacerii.

Metode și tehnici de învățare: termeni în avans, lectură intensivă, harta de idei, studiu de caz, RAI.

Forme de organizare a activității: de grup, individual, frontal.

Resurse didactice: fișe, coli de hârtie A4, șevalet rotafoliu (*flip-chart*), foi pentru șevalet rotafoliu, bol, minge.

Etapale cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	<p>Elevii prezintă tema pentru acasă – cercetarea pieței. Profesorul notează pe tablă câteva concluzii.</p> <p><i>Întrebare:</i></p> <p>– Cum credeți, pentru a lansa o afacere, este suficient doar să studiem piața?</p> <p>Elevii sunt repartizați în grupuri.</p> <p>Notarea termenilor pe șevaletul rotafoliu.</p> <p><i>Sarcină:</i> Folosind cuvintele notate pe șevaletul rotafoliu, timp de 5 minute, formulați o posibilă definiție a pieței, lucrând în grup.</p> <p>Prezentările grupurilor.</p>	<p>5 min.</p> <p>5 min.</p>	<p>Termeni în avans/ Activitate de grup</p> <p><i>Anexa 1.</i> Termeni (1 exemplar) Coli A4</p>
Realizarea sensului	<p>Verificarea definirii noțiunii de <i>pieță</i> în dicționar. (<i>Piața</i> cuprinde ansamblul de persoane fizice și juridice capabile să participe la un schimb care să le satisfacă o anumită nevoie sau dorință.)</p> <p>Anunțarea temei: <i>Piața și clienții.</i></p> <p><i>Sarcină:</i> Citiți textul și selectați noțiunile importante.</p> <p><i>Sarcină:</i> Discutați în grup noțiunile selectate și completați o hartă de idei după modelul dat.</p> <p>Prezentările grupurilor.</p> <p>Se va afișa modelul Hărții de idei pentru completarea hărților elaborate de elevi.</p> <p><i>Sarcină:</i> Revizuiți hărțile de idei personale folosindu-vă de harta model.</p> <p>Elevilor le este repartizată anexa cu studiul de caz: <i>Brutăria „Colăcel”.</i></p> <p><i>Sarcină:</i> Citiți situația descrisă în studiul de caz și realizați următoarele sarcini:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) calculați mărimea pieței; 2) calculați cota fiecărei afaceri pe piață. <p>Prezentările grupurilor.</p> <p>Profesorul va completa răspunsurile pe parcursul prezentărilor.</p>	<p>5 min.</p> <p>10 min.</p> <p>10 min.</p> <p>5 min.</p> <p>15 min.</p> <p>10 min.</p>	<p>Lectură intensivă/ Activitate individuală/ Activitate de grup</p> <p><i>Anexa 2.</i> Definiții</p> <p><i>Anexa 3.</i> Piața și clienții (30 de exemplare)</p> <p>Harta de idei/ Activitate de grup</p> <p><i>Anexa 4.</i> Harta de idei (5 exemplare)</p> <p><i>Anexa 5.</i> Studiu de caz</p> <p><i>Anexa 6.</i> Studiu de caz: <i>Brutăria „Colăcel”</i></p>
Reflecție	<p>Profesorul pregătește un set de întrebări cu privire la comportamentul consumatorului pe piață (<i>Anexa 5</i>).</p> <p>Bilețelele pe care sunt scrise întrebările vor fi puse într-un bol din care elevii le vor extrage pe rând, în momentul în care va ajunge mingea la fiecare.</p> <p>După ce va răspunde, elevul va arunca mingea altui coleg care îi va aprecia răspunsul și va extrage altă întrebare.</p> <p>Jocul se va desfășura până când se vor epuiza întrebările.</p> <p>Profesorul va face o generalizare privind comportamentul consumatorului pe piață.</p>	<p>20 min.</p>	<p>RAI/ Activitate frontală</p> <p><i>Anexa 6.</i> Set de întrebări/ Mingea/ Bol</p>
Extindere	<p><i>Sarcini:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Calculați mărimea pieței pentru propria idee de afaceri. • Calculați cota potențială a propriei idei de afaceri. 		<p>Lucru individual</p>

Anexe. Tema 4.3

ANEXA 1. TERMENI

ANSAMBLUL	PERSOANE FIZICE	PERSOANE JURIDICE	PARTICIPĂ	LA UN SCHIMB
	NEVOIE ȘI DORINȚĂ	SATISFACE	PIAȚA	

ANEXA 2. DEFINIȚII

Piața cuprinde ansamblul de persoane fizice și juridice capabile să participe la un schimb care să le satisfacă o anumită nevoie sau dorință.

Piața cuprinde ansamblul de persoane fizice și juridice capabile să participe la un schimb care să le satisfacă o anumită nevoie sau dorință.

Piața cuprinde ansamblul de persoane fizice și juridice capabile să participe la un schimb care să le satisfacă o anumită nevoie sau dorință.

Piața cuprinde ansamblul de persoane fizice și juridice capabile să participe la un schimb care să le satisfacă o anumită nevoie sau dorință.

ANEXA 3. PIAȚA ȘI CLIEȚII

Piața are loc în următoarele condiții: existența unei nevoi sau dorințe clar definite; existența unei cereri; existența unei oferte capabile să satisfacă nevoia manifestată; existența prețului produsului sau serviciului care face obiectul tranzacției.

Elementele pieței sunt următoarele:

Cererea – necesitatea de bunuri și servicii pe piață.

Oferta – masa de bunuri care au fost vândute, sunt sau pot fi livrate pe piață.

Prețul – aceasta este expresia monetară a valorii mărfurilor.

Mărimea pieței – reprezintă volumul maxim de vânzare care poate fi obținut.

$$Q = n \times q \times p$$

Unde,

Q – mărimea pieței,

n – numărul total de cumpărători ai produsului dat,

q – consumul la un cumpărător,

p – prețul unui produs.

Cota întreprinderii pe piață – reprezintă raportul dintre numărul clienților, cifra de afaceri sau cantitatea produselor realizate de întreprindere și mărimea pieței.

$$C_p = \frac{q}{Q} \times 100\%$$

Unde,

C_p – cota întreprinderii pe piață,

q – numărul clienților sau cifra de afaceri a întreprinderii,

Q – mărimea pieței.

Corelarea dintre elementele de bază ale pieței:

– cerere mare, ofertă mică, preț mare;

– ofertă mare, cerere mică, preț mare;

– ofertă mare, cerere mare, preț mic;

– ofertă mică, cerere mică, preț mic.

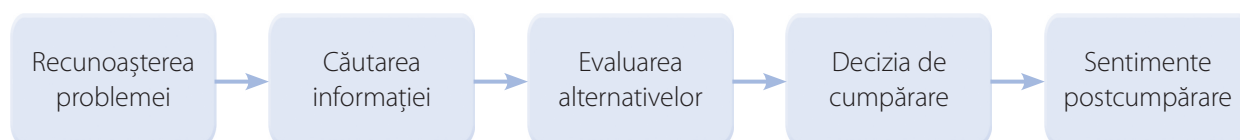
Clienții și nevoile lor

Schimbarea nevoilor consumatorului este influențată de: *creșterea veniturilor; creșterea așteptărilor față de produs/ serviciu; îmbunătățirea nivelului social, de educație; schimbarea normelor sociale și a tradițiilor; tendințele modei.*

Schimbările nevoilor și dorințelor consumatorului influențează vânzarea produsului/ serviciului, de aceea antreprenorul trebuie să fie mereu la curent cu tendințele de modificare a acestora pentru a elabora măsuri de adaptare a produsului/ serviciului la ele.

Comportamentul consumatorilor

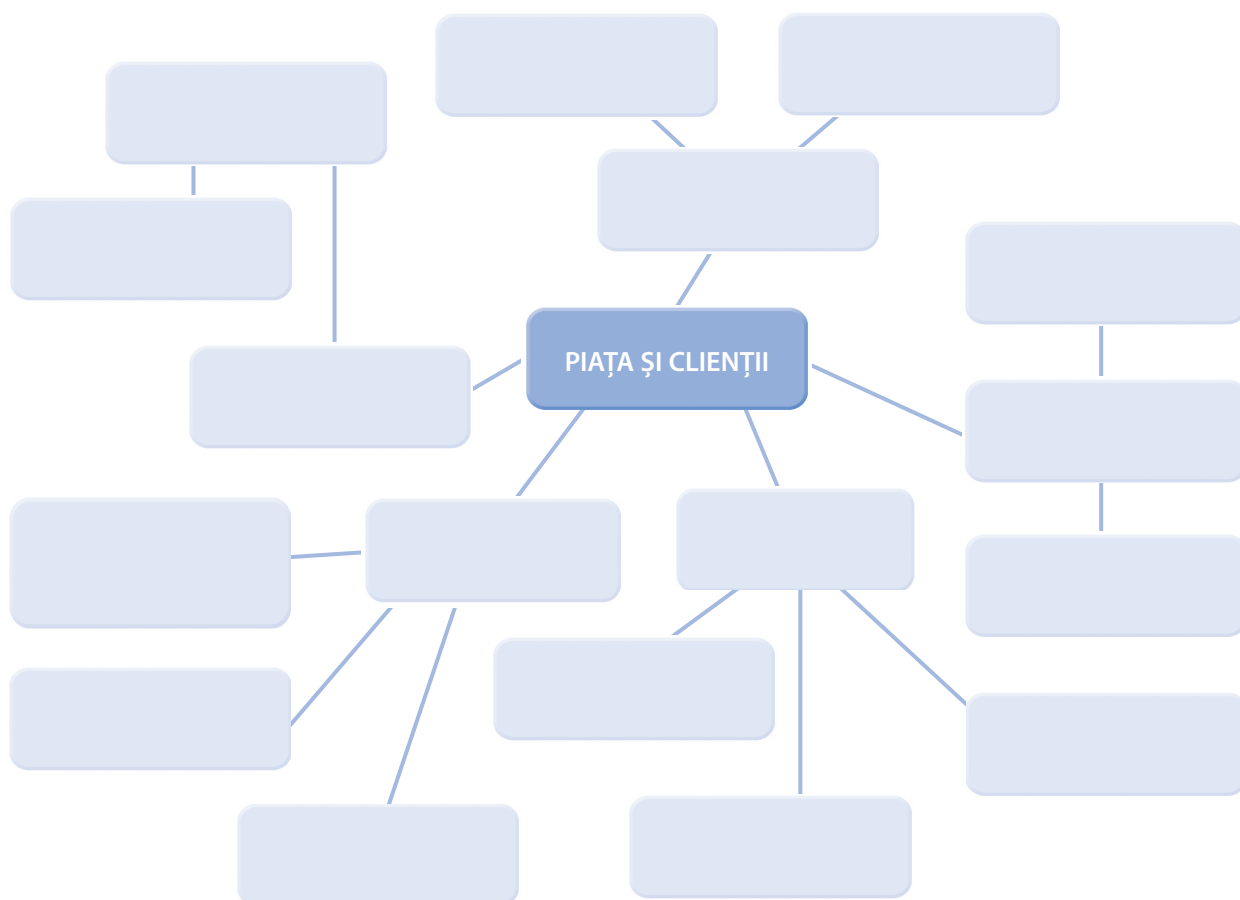
Comportamentul consumatorilor în legătură cu decizia de cumpărare trece printr-o analiză din 5 pași:



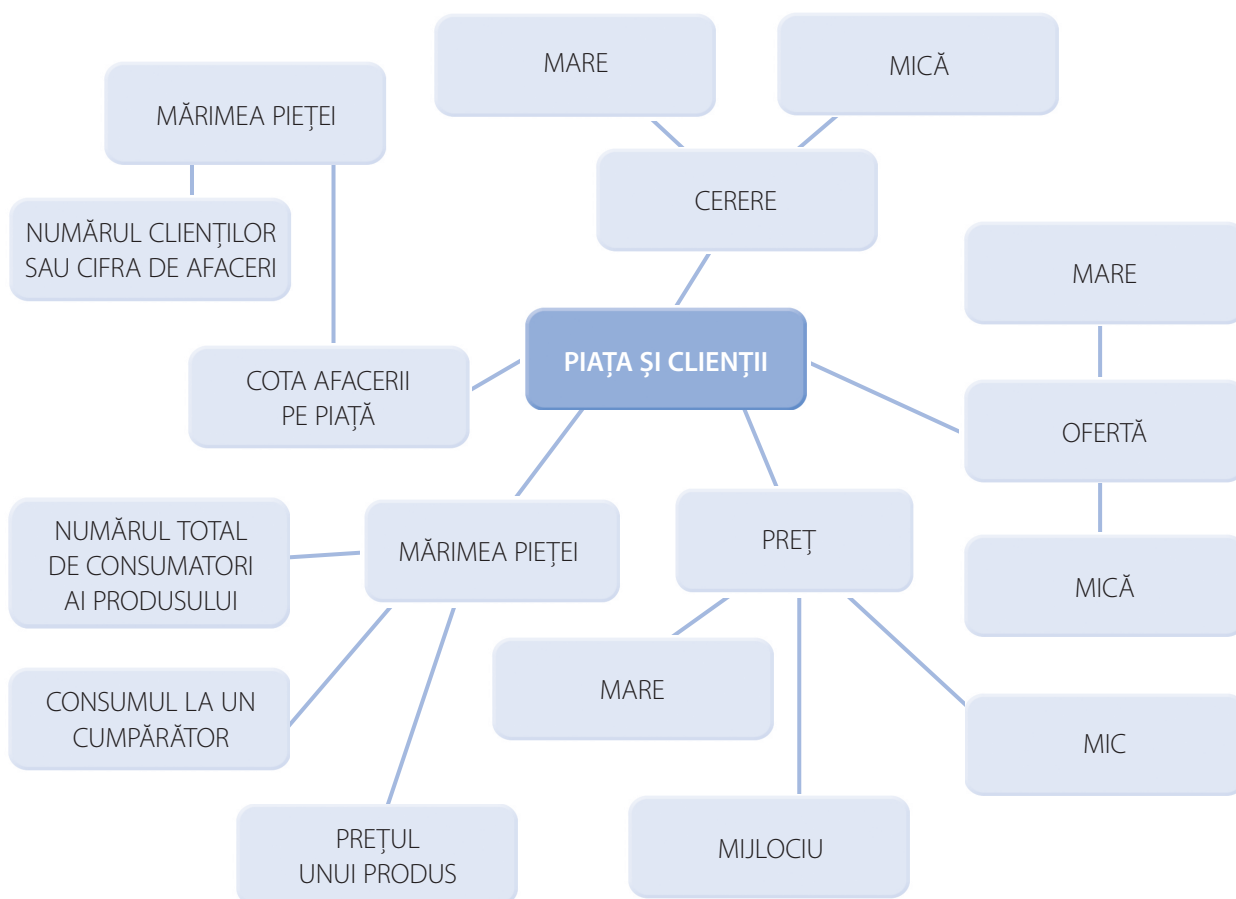
Factorii care influențează comportamentul consumatorului:

- personali*: vârsta, ocupația, stilul de viață, situația economică, personalitatea și concepția despre sine;
- comerciali*: publicitatea, reprezentanții, distribuitorii, ambalajele;
- sociali*: familia, prietenii, vecinii, cunoscuții, mass-media, testele comparative realizate, revistele sau asociațiile consumatorilor;
- de experiență*: examinarea, manipularea, consumul sau utilizarea produsului.

ANEXA 4. HARTA DE IDEI



ANEXA 4A. HARTA DE IDEI (MODEL)



ANEXA 5. STUDIU DE CAZ: BRUTĂRIA „COLĂCEL”

În satul Borogani, cu o populație de 5 000 de locuitori, activează 3 antreprenori care produc și/sau comercializează colaci. Zilnic, 100 de locuitori cumpără câte 4 colaci.

Doamna Maria coace și vinde de acasă câte 50 de colaci pe zi, la prețul de 4 lei.

Brutăria „Colăcel” coace și vinde câte 150 de colaci pe zi, la prețul de 5 lei.

La magazinul „Coopconsum” din sat se vând zilnic câte 200 de colaci la prețul de 10 lei fiecare.

Prețul mediu la un colac vândut în Borogani este de 7,40 lei.

Sarcini:

1. Calculați mărimea pieței.
2. Calculați cota fiecărei afaceri pe piață.

ANEXA 6. ÎNTREBĂRI LA METODA RAI

1. Când apare necesitatea consumatorului de a face cumpărături?
2. Atunci când merge la piață, consumatorul cumpără produse ieftine sau scumpe?
3. Consumatorul va negocia prețul?
4. Cum află consumatorul despre ofertele existente pe piață?
5. Cum decide consumatorul să cumpere un produs?
6. Ce-l determină pe consumator să scoată banii din buzunar pentru a cumpăra acest produs?
7. Ce-l determină pe consumator să revină în acest magazin sau să cumpere a doua oară acest produs?
8. Ești elevul norocos!!! Ai onoarea să adresezi o întrebare cu privire la comportamentul consumatorului.
9. Cum va fi prețul produsului, dacă cererea pe piață va fi mare?
10. Unde se întâlnesc cererea cu oferta?

TEMA 4.4

Concurența și segmentarea pieței

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să explice conceptele de concurență și segmentare a pieței;
- să compare firmele concurente în baza criteriilor relevante tipului de afacere;
- să aprecieze importanța determinării segmentului-țintă al pieței pentru propria afacere.

Metode și tehnici de învățare: explozie stelară, discuții, lectură activă, studiu de caz/ proiect de grup, problematizare, exercițiu, argument în 4 pași.

Forme de organizare a activității: individual, de grup, frontal.

Resurse didactice: poster cu stea, autocolante, fișele cu tema „Concurența și segmentarea pieței”, fișele cu studiul de caz, fișele cu tabelul de analiză a concurenților.

Etapile cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	<p>Elevii prezintă, în perechi, tema pentru acasă: <i>Calculare privind mărimea pieței pentru propria idee de afacere și cota potențială a propriei idei de afacere</i>. Doi-trei elevi prezintă tema frontal.</p> <p>– Cum credeți, aceste calcule pot fi influențate de concurența de pe piață?</p> <p>Pe tablă se afișează un poster cu o stea, în mijloc – noțiunea <i>concurență</i>, iar pe raze – următoarele întrebări:</p> <p>– Ce este concurența?</p> <p>– Cine sunt concurenții?</p> <p>– Unde are loc concurența?</p> <p>– Când concurența devine mai acerbă?</p> <p>– Cum putem face față concurenței?</p> <p>– De ce concurența este necesară pentru piață?</p> <p><i>Sarcină:</i> Notați pe autocolante răspunsurile la aceste întrebări și lipiți-le pe stea.</p> <p>Discuții în baza răspunsurilor.</p> <p>Anunțarea temei: <i>Concurența și segmentarea pieței</i>.</p>	15 min.	<p>Activitate în perechi/ frontală</p> <p>Explozie stelară/</p> <p>Activitate individuală/ frontală</p> <p>Poster cu o stea cu întrebări, autocolante</p> <p>Discuții/</p> <p>Activitate frontală</p>
Realizarea sensului	<p>Elevii sunt împărțiți în 4 echipe.</p> <p><i>Sarcină:</i> Citiți suportul informativ și găsiți răspunsuri la următoarele întrebări:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ce este concurența? 2. Care sunt criteriile de analiză a concurenților? 3. Ce este segmentarea pieței și segmentul-țintă de piață? 4. După ce criterii putem segmenta piața? <p>Prezentările elevilor. Discuții.</p> <p>Fiecare grup primește anexa cu studiul de caz ce conține ideea de afacere bazată pe un produs/ serviciu legat de meseria studiată și anexa cu tabele pentru analiza concurenților.</p>	50 min.	<p>Lectură activă/</p> <p>Activitate individuală</p> <p><i>Anexa 1.</i></p> <p>Concurența și segmentarea pieței</p> <p>Discuții/</p> <p>Activitate frontală</p>

	<p><i>Sarcini:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificați concurenții afacerii. • Alegeți din anexa cu tema „Concurența și segmentarea pieței” criteriile relevante pentru analiza concurenților. • Realizați un studiu al concurenței în baza criteriilor alese, completând tabelul (Anexa 3) cu următoarele semne: „+” – bine, „+/-” – neutru, „-” – slab, negativ. • Determinați principalele avantaje concurențiale ale afacerii „Plăcînțica”. • Care este concurentul principal al afacerii „Plăcînțica”? <p>Prezentările grupurilor.</p> <p><i>Sarcină:</i> Demonstrați necesitatea studiului concurenților.</p>		<p>Studiu de caz/ Proiect de grup/ Activitate de grup</p> <p>Anexa 2. Studiu de caz: Afacerea „Plăcînțica”</p> <p>Anexa 3. Tabele pentru analiza concurenților</p> <p>Problematizare/ Activitate frontală</p>
Reflecție	<p><i>Sarcină:</i> Determinați segmentul-țintă de piață pentru afacerea din studiul de caz în baza criteriilor de segmentare a pieței din Anexa 1. Prezentări.</p> <p><i>Sarcină:</i> Pornind de la afirmația „Determinarea segmentului-țintă al pieței este importantă/ nu este importantă pentru afacerea proprie”, formulați un argument în 4 pași care vă exprimă opinia (afirmația–explicația–dovada–concluzia). Prezentări.</p>	21 min.	<p>Exercițiul/ Activitate de grup/ Argument în 4 pași/ Activitate individuală</p>
Extindere	Efectuați segmentarea pieței pentru produsul/ serviciul propriei afaceri.	4 min.	

Anexe. Tema 4.4

ANEXA 1. CONCURENȚA ȘI SEGMENTAREA PIEȚEI

Concurența

Concurența este rivalitatea între doi sau mai mulți agenți economici care activează pe aceeași piață. Concurența este interpretată drept un „rău necesar” care îl stimulează pe antreprenor să caute permanent să îmbunătățească calitatea procesului de vânzare, a produsului/ serviciului vândut. Din aceste considerente, concurența trebuie să fie studiată. Iată criteriile în baza cărora se va studia:

- amplasarea afacerii;
- sortimentul de produse/ servicii;
- calitatea produselor;
- operativitatea deservirii;
- comportamentul personalului;
- prezentarea produselor/ serviciilor;
- amenajarea interioară;
- programul de activitate;

- prezența/ lipsa parcerii;
- politica de prețuri.

Procesul de evaluare a concurenței se va face prin două modalități:

- vizitând magazinele și alte puncte de comercializare a produselor/ serviciilor concurenților;
- elaborând un chestionar și distribuindu-l consumatorilor care cunosc firmele concurente.

Segmentarea pieței

Piața nu reprezintă o masă inertă de consumatori, ci, dimpotrivă, este formată dintr-o diversitate de tipuri și segmente de consumatori, aflată într-o continuă mișcare și transformare sub aspectul nevoilor, dorințelor și obiceiurilor de consum. Privită prin unghiul marketingului, structura pieței reflectă ansamblul tipurilor și segmentelor de consumatori existente la un moment dat.

Segmentul de piață este un grup de consumatori cu nevoi și caracteristici comune sau cât mai apropiate.

Așadar, divizarea consumatorilor după un anumit criteriu în grupuri aparte care reacționează într-un mod specific la activitatea de marketing a producătorului constituie **segmentarea pieței**.

Din mulțimea segmentelor identificate, antreprenorul va selecta segmentele mai avantajoase, mai promițătoare. Acestea devin **segmente-țintă de piață** – segmente asupra cărora antreprenorul își concentrează acțiunile și eforturile de marketing pentru a atinge obiectivele strategiei de marketing. În acest scop, pentru fiecare segment-țintă se elaborează un program special de marketing structurat pe cele patru componente esențiale: produs, preț, distribuție, promovare.

Criteriile de segmentare

Criteriile de segmentare sunt diverse, însă majoritatea specialiștilor în marketing le-au grupat în 5 categorii mari:

- geografice (regiune, oraș, sat);
- demografice (vârstă, sex, numărul de membri în familie);
- economico-sociale (venituri, ocupație, nivel de instruire, naționalitate, religie etc.);
- psihografice (personalitate, stil de viață, clasă socială);
- de comportament (atitudine față de marcă, scopul, timpul și frecvența).

ANEXA 2. STUDIU DE CAZ: „PLĂCINȚICA“

Antreprenorul Gheorghe Munteanu a deschis o secție de patiserie „Plăcînțica“ în or. Cahul. Afacerea lui este specializată în producerea plăcintelor și învârtitelor cu umpluturi de varză, cartofi, brânză, mere. În oraș mai sunt și alți concurenți, cum ar fi:

- Patiseria „Gogoșa“, situată la intrarea în oraș, care are un sortiment bogat de plăcinte, calitatea lor fiind înaltă, iar prețurile – accesibile.
- „Fornetti“ – o gheretă situată lângă gara de autobuze; produsele sunt preparate din semifabricate congelate, prețurile sunt ridicate.
- Secția de patiserie a magazinului „Fourchette“, situată în centru; calitatea învârtitelor este joasă, produsele deseori nu sunt proaspete, prețurile sunt mari.

Sarcină: Analizați studiul de caz și găsiți răspunsuri la următoarele întrebări:

1. Identificați concurenții afacerii.
2. Alegeți din fișa cu tema „Concurența și segmentarea pieței“ criteriile relevante pentru analiza concurenților.
3. Realizați un studiu al concurenței în baza criteriilor alese, completând tabelul primit cu următoarele semne: „+“ bine, „+/-“ – neutru, „-“ – slab, negativ.
4. Determinați principalele avantaje concurențiale ale afacerii „Plăcînțica“.
5. Care este concurentul principal al afacerii „Plăcînțica“?

ANEXA 3. TABELUL DE ANALIZĂ A CONCURRENTILOR

Criterii	„Plăcișica“	Concurentul 1	Concurentul 2	Concurentul 3
1.				
2.				
3.				

TEMA 4.5

Produsul: bunuri și servicii

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să descrie atributele caracteristice unui produs/ serviciu;
- să indentifice factorii care influențează calitatea produsului/ serviciului;
- să caracterizeze produsul/ serviciul la fiecare etapă a ciclului de viață;
- să aprecieze comportamentul antreprenorului în funcție de impactul ciclului de viață al produsului/ serviciului asupra afacerii;

Metode și tehnici de învățare: asocieri libere, CVINTET, problematizare, miniprelegere, predarea reciprocă.

Forme de organizare a activității: frontal, individual, de grup.

Resurse didactice: *Anexa 1.* Fișa cu caracteristicile atributelor;
Anexa 2. Graficul ciclului de viață al produsului/ serviciului;
Anexa 3. Fișa cu etapele ciclului de viață al produsului;
Anexa 4. Fișa cu impactul ciclului de viață al produsului asupra afacerii;
 Posterul „Algoritmul de elaborare a CVINTETULUI“.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	<p>Prezentarea temei pentru acasă. Elevii prezintă în grupuri de 3 persoane segmentarea pieței pentru produsul/ serviciul propriei afaceri. Doi-trei elevi prezintă tema frontal.</p> <p>Profesorul scrie pe tablă cuvintele PRODUS și SERVICIU.</p> <p>Clasa este împărțită în două sau pe rânduri, fiecare primind câte o sarcină.</p> <p><i>Sarcină pentru o parte din elevi:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Individual, scrieți pe caiete caracteristicile cu care asociați cuvântul „Produs“. <p><i>Sarcină pentru a doua parte din elevi:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Individual, scrieți pe caiete caracteristicile cu care asociați cuvântul „Serviciu“. <p>Prezentări. Profesorul notează pe tablă, în 2 coloane separate, caracteristicile numite de elevi.</p>	20 min.	<p>Activitate în grupuri mici și frontală</p> <p>Asocieri libere/ Activitate individuală, frontală</p>

	<p><i>Sarcină:</i> Folosind caracteristicile notate pe tablă, realizați o descriere a produsului/ serviciului.</p> <p>Prezentări ale elevilor.</p> <p>Profesorul face revizuirea asocierilor libere din perspectiva atributelor numite și anunță tema nouă: <i>Produce și servicii.</i></p>						
Realizarea sensului	<p>Profesorul numește și fixează pe tablă atributele produsului/ serviciului: calitatea, caracteristicile, designul, marca, ambalarea și eticheta.</p> <p>Profesorul împarte elevii în 6 grupuri. Fiecare grup are următoarea <i>sarcină:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Citiți și depistați la ce atribut se referă textul dat (<i>Anexa 1</i>); prezentați informația. <p>Profesorul revizuieste/ completează răspunsurile elevilor pe parcursul prezentărilor.</p> <p>Profesorul afișează pe tablă un tabel cu 2 coloane:</p> <table border="1" data-bbox="368 741 1113 904"> <thead> <tr> <th>Factori care influențează calitatea produsului</th> <th>Factori care influențează calitatea serviciului</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Sarcină:</i> Completați tabelul dat cu factorii relevanți.</p> <p>Profesorul notează în tabelul de pe tablă ideile elevilor și le explică factorii care influențează calitatea produsului/ serviciului.</p> <p>Profesorul afișează pe tablă graficul ciclului de viață al produsului și împarte clasa în 4 grupuri (<i>Anexa 2</i>).</p> <p><i>Sarcină:</i> Analizați în grup graficul de pe tablă. Citiți informația primită (<i>Anexa 3</i>) și pregătiți-vă să caracterizați etapa ciclului de viață al produsului care v-a revenit.</p> <p>Prezentările grupurilor.</p>	Factori care influențează calitatea produsului	Factori care influențează calitatea serviciului			40 min.	<p>Problematizare/</p> <p>Lucru de grup</p> <p><i>Anexa 1.</i> Fișa cu caracteristicile atributelor</p> <p>Miniprelegere interactivă în baza tabelului</p> <p><i>Anexa 2.</i> Etapele ciclului de viață al produsului</p> <p><i>Anexa 3.</i> Graficul ciclului de viață al produsului</p>
Factori care influențează calitatea produsului	Factori care influențează calitatea serviciului						
Reflecție	<p><i>Sarcină:</i> Folosind tabelul din <i>Anexa 4</i>, decideți ce veți face ca antreprenor pentru a spori eficiența afacerii la una dintre etape:</p> <p>Grupul 1 – etapa de lansare;</p> <p>Grupul 2 – etapa de creștere;</p> <p>Grupul 3 – etapa de maturitate;</p> <p>Grupul 4 – etapa de declin.</p> <p>Prezentările elevilor.</p> <p><i>Sarcină:</i> Folosind cunoștințele obținute la lecția de astăzi, compuneți un CVINTET – poezie din 5 versuri –, pornind de la substantivul PRODUS sau SERVICIU, conform următorului algoritm (profesorul va afișa algoritmul pe tablă – <i>Anexa 5</i>).</p> <p>Prezentările elevilor.</p>	29 min.	<p>Problematizare/</p> <p>Lucru de grup</p> <p><i>Anexa 4.</i> Impactul ciclului de viață al produsului asupra afacerii</p> <p>CVINTET/</p> <p>Activitate frontală</p> <p><i>Anexa 4.</i> Algoritmul de elaborare a CVINTETULUI</p>				
Extindere	<p><i>Sarcină:</i> Identificați factorii care influențează calitatea produsului sau serviciului pentru propria afacere.</p>	1 min.					

Anexe. Tema 4.5

ANEXA 1. FIȘE CU CARACTERISTICI ALE ATRIBUTELOR (1–6)

Fișa nr. 1 cu caracteristica atributului	Fișa nr. 2 cu caracteristica atributului	Fișa nr. 3 cu caracteristica atributului
Este unul dintre instrumentele majore de poziționare, are două dimensiuni – nivel de performanță și consecvență (menținerea în timp).	Un instrument competitiv pentru a diferenția produsul întreprinderii de produsele concurenței.	Este un nume, un termen, un semn, un simbol, un design sau o combinație a acestora, care identifică producătorul sau vânzătorul unui produs ori serviciu și adaugă valoare unui produs. Îi ajută pe consumatori să identifice produsele pe care le-ar putea folosi și le vorbește despre calitatea lor.
Fișa nr. 4 cu caracteristica atributului	Fișa nr. 5 cu caracteristica atributului	Fișa nr. 6 cu caracteristica atributului
Implică proiectarea și producerea containerului sau ambalajului pentru produs. Ambalajul poate include containerul inițial al produsului (sticluța de parfum); un al doilea ambalaj, care este aruncat când produsul urmează să fie folosit (cutia de carton care conține parfumul) și ambalajul de expediere necesar pentru depozitare, identificare și expedierea produsului (o cutie de carton ondulat care conține 12 sticluțe de parfum ambalate).	Conține informații tipărite care apar pe ambalaj și face parte din ambalare. Ambalajul devine un instrument de marketing important, realizând mai multe sarcini de vânzare – de la atragerea atenției până la descrierea produsului. El devine o reclamă de cinci secunde. Un ambalaj inovator poate da unei întreprinderi un avantaj față de concurență.	Un alt mod de a adăuga valoare pentru client este prin stilul și designul produsului. Designul poate fi una dintre armele competitive cele mai puternice în arsenalul de marketing al întreprinderii. Un bun design contribuie la utilitatea produsului, dar și la aspect.

ANEXA 2. GRAFICUL CICLULUI DE VIAȚĂ AL PRODUSULUI



ANEXA 3. ETAPELE CICLULUI DE VIAȚĂ AL PRODUSULUI

Grupul 1. Etapa de lansare	Grupul 2. Etapa de creștere
<p>Constituie punctul de plecare al comercializării produsului. Dacă pe piață apare un produs nou, producătorul se va strădui să stimuleze cererea, desfășurând o campanie de promovare și modificând strategia de formare a prețurilor. Pentru stimularea vânzărilor, firmele formează canale eficiente de desfacere, măresc volumul publicității, creează imagini favorabile produselor. De regulă, la faza de lansare, firmele reușesc să acopere doar cheltuielile legate de producerea și comercializarea produsului nou. Deja mai târziu, pe segmentul respectiv al pieței, firma poate obține anumit profit, însă acesta este foarte nesemnificativ. Clienții sunt puțini, doar cei amatori de produse/ servicii noi. La această etapă, sunt foarte puțini concurenți sau, în general, pot să lipsească.</p>	<p>Se caracterizează prin sporirea considerabilă a volumului de vânzări datorită activității de marketing. Creșterea volumului de vânzări la fel depinde de: competitivitatea produsului, calitatea acestuia, gradul de acceptare a produsului de cumpărători. La acest stadiu, apar tot mai mulți concurenți și astfel se intensifică lupta concurențială pentru segmentele noi de piață. La o concurență puternică, firmele mici sunt nevoite să părăsească piața sau trebuie: să majoreze cheltuielile pentru promovare, să perfecționeze canalele de promovare, să varieze strategiile de formare a prețurilor. La această etapă, numărul clienților este masiv, profitul începe să crească, costurile sunt medii, orientate spre promovare.</p>
Grupul 3. Etapa de maturitate	Grupul 4. Etapa de declin
<p>Are o durată relativ mai mare și se caracterizează prin stabilitatea volumului de vânzări pe piață. Asupra duratei acestei perioade a ciclului de viață al produsului influențează următorii factori:</p> <ul style="list-style-type: none"> • existența segmentelor de piață saturate; • nivelul concurenței este mare, dar deja se observă tendințe de scădere a numărului concurenților, deoarece unii dintre ei dispar de pe piață; • existența mijloacelor pentru elaborarea noului produs și pentru implementarea lui pe piață; • posibilitățile de perfecționare a canalelor de desfacere, a structurii de promovare și a activității publicitare; • cumularea profitului pentru a modifica produsul existent și a elabora unele produse noi, deoarece profitul la etapa dată este maximal; • numărul clienților este foarte mare. 	<p>La acest stadiu are loc reducerea treptată a concurenților, dar și a volumului vânzărilor, a clienților și, respectiv, a profitului. Firmele pot evita declinul total prin: modernizarea produselor, utilizând diverse strategii de formare a prețurilor; stimularea direcționată a desfacerii.</p>

ANEXA 4. IMPACTUL CICLULUI DE VIAȚĂ AL PRODUSULUI/ SERVICIULUI ASUPRA AFACERII

Impactul ciclului de viață al produsului asupra afacerii

Indicator	Lansare	Creștere	Maturitate	Declin
Vânzări	reduse	creștere rapidă	creștere lentă	reduse, în scădere
Costuri	înalte	medii	joase	joase
Profit	foarte mic	în creștere	maximal	reduc, în scădere
Clienți	amatori de nou	masiv	masiv, în scădere lentă	rămași
Concurenți	lipsește/ puțini	în creștere	mulți, dar unii dispar	în scădere

Impactul ciclului de viață al produsului asupra afacerii

Indicator	Lansare	Creștere	Maturitate	Declin
Vânzări	reduse	creștere rapidă	creștere lentă	reduse, în scădere
Costuri	înalte	medii	joase	joase
Profit	foarte mic	în creștere	maximal	reduc, în scădere
Clienți	amatori de nou	masiv	masiv, în scădere lentă	rămași
Concurenți	lipsesc/ puțini	în creștere	mulți, dar unii dispar	în scădere

ANEXA 5. ALGORITMUL DE ELABORARE A CVINTETULUI

	Algoritm	Exemplu	Exemplu
Versul 1	Constă dintr-un singur cuvânt, care precizează subiectul.	Produs	Serviciu
Versul 2	Două atribute care descriu produsul sau serviciul (adjective).		
Versul 3	Patru cicluri de viață ale produsului (verbe).		
Versul 4	Patru cuvinte care exprimă sentimentele clientului față de produs sau serviciu.		
Versul 5	Un cuvânt care exprimă un factor ce influențează calitatea produsului sau serviciului.		

TEMA 4.6

Formarea prețului

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să descrie procesul de formare a prețului pentru un produs/ serviciu;
- să determine o metodă relevantă pentru calcularea prețului pentru un produs/ serviciu;
- să estimeze eficiența stabilirii prețului unui produs/ serviciu.

Metode și tehnici de învățare: scriere liberă, discuție dirijată, păianjenul, miniprelegere, joc de rol, Diagrama Venn, lectură intensivă.

Forme de organizare a activității: frontal, individual, de grup, în perechi.

Resurse didactice: caiet de sarcini pentru elevi, anexe.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	– Ce factori influențează calitatea produsului? Prezentarea temei pentru acasă. – Cum credeți, ce legătură există între calitate și preț? Anunțarea temei noi: <i>Formarea prețului.</i>	15 min.	Discuție frontală

<p>Realizarea sensului</p>	<p><i>Sarcină:</i> Citiți textul și răspundeți la următoarele întrebări:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ce este prețul? 2. Care sunt factorii ce influențează formarea prețului unui produs? 3. Care este formula de formare a prețului unui produs? <p>Prezentările elevilor.</p> <p>Profesorul explică fiecare element al formulei:</p> <p>Prețul produsului (Pp) = Costuri totale + Impozit + Marja de Profit</p> <p><i>Sarcină:</i> Rezolvați studiul de caz nr. 13 de la pag. 61 din <i>Caietul elevului</i>.</p> <p>Prezentările elevilor.</p> <p><i>Sarcină:</i> Citiți textul și, împreună cu colegul de bancă, comparați strategiile de formare a prețului în baza Diagramei Venn: după costuri și după cerere.</p> <p>Prezentările elevilor.</p> <p><i>Sarcină:</i> Determinați pe care dintre strategiile prezentate o veți folosi pentru stabilirea prețului la produsul/ serviciul propriu.</p>	<p>57 min.</p> <p>7 min.</p> <p>3 min.</p> <p>5 min.</p>	<p>Lectură intensivă/ Activitate individuală <i>Anexa 1</i></p> <p>Miniprelge- re/ Activitate frontală</p> <p>Studiu de caz/ Activitate în grup/ <i>Caietul elevului</i></p> <p>Lectură intensivă/ Diagrama Venn/ Activitate în perechi/ <i>Anexa 2</i></p> <p>Discuții frontale</p>
<p>Reflecție</p>	<p><i>Sarcină:</i> Imaginați-vă că sunteți în locul lui Vasile, din studiul de caz. Simulați o discuție cu contabilul și vânzătorul întreprinderii, în care să argumentați eficiența stabilirii prețului la suvenirele din argilă.</p> <p>Prezentările elevilor.</p>	<p>17 min.</p>	<p>Joc de rol Activitate de grup</p>
<p>Extindere</p>	<p><i>Sarcină:</i> Stabiliți prețul pentru propriul produs/ serviciu, utilizând ambele strategii – estimarea costurilor, comparația cu prețurile concurenților.</p>	<p>1 min.</p>	<p>Activitate individuală</p>

Anexe. Tema 4.6

ANEXA 1. FORMAREA PREȚULUI

Prețul reprezintă cantitatea de monedă cerută sau oferită pentru procurarea unei unități de marfă sau serviciu. Prețul reflectă valoarea bunului economic respectiv. Prețul se manifestă numai în procesul de schimb între producător (vânzător) și cumpărător (consumator). Prețul se poate manifesta în mai multe forme: în formă de valoare a mărfurilor și serviciilor; dobândă pentru credit; plată pentru studii; dividend de la investirea de capital; onorariu pentru o lucrare științifică; plata pentru o călătorie în transport; taxa pentru folosirea drumurilor; chirie pentru apartament; comision pentru anumite servicii; salariu pentru munca exercitată etc.

Principiul de stabilire a prețului

Factorii care influențează prețul sunt:

- cheltuielile de producere (materie primă, salariul muncitorilor etc.);
- cheltuielile administrative (chirie, reparații, salariul antreprenorului);
- impozitul.

ANEXA 2. STRATEGII DE FORMARE A PREȚULUI

Înainte de a determina strategia de formare a prețului, antreprenorul trebuie să țină cont de următorii factori exigenți: consumatorii; influența statului (există prețuri reglementate de stat la produse de strictă necesitate și cele energetice); participanții canalelor de distribuție a mărfurilor; concurenții; cheltuielile de producție; factorii psihologici.

Strategia de stabilire a prețului: orientarea după costuri, orientarea după cerere, orientarea după concurenți.

I. Primul tip de strategie – **orientată după costuri** – dispune de un set de metode de calculare a prețului:

a) Metoda de formare a prețului în baza cheltuielilor exercitate. Acest preț include: cheltuielile de producție; adaosul pentru cheltuielile comerciale; cheltuielile administrative; cheltuielile pentru publicitate; cheltuielile pentru cercetările de marketing; profitul planificat; impozitul (impozitul pe venit sau valoarea patentei de întreprinzător).

b) Metoda de formare a prețului în baza adaosului. Această metodă prevede calcularea unui adaos la volumul de cheltuieli, care revin la o unitate de marfă. De regulă, acest adaos este egal cu rata profitului din ramura respectivă. De exemplu, o firmă care se ocupă de organizarea evenimentelor speciale a primit comandă să procure 20 kg de torturi pentru o nuntă. Costul de producție al unui kilogram de tort constituie 50 lei. Dacă firma planifică un profit de 30 lei la fiecare kilogram de tort, atunci prețul unui kilogram de tort va fi: $C = 50$ lei (cost. de producere) + 30 lei (profit) + 15 lei (adaosul) + 0,03 (impozit pe venit 3%). Astfel: $C = 50 + 30 + 15 + 0,03 = 95,03$ lei.

II. La al doilea grup de strategii – **orientate spre cerere** – se referă următoarele metode de stabilire a prețurilor:

a) Metoda valorii receptive, care este una dintre cele mai răspândite metode de formare a prețului. Această metodă este bazată pe ipoteza că sensibilitatea față de preț este determinată de receptivitatea consumatorului față de valoarea mărfii.

b) Metoda de flexibilitate a prețurilor. Prețul e considerat flexibil dacă una și aceeași marfă se vinde cumpărătorilor la prețuri diferite.

TEMA 4.7

Promovarea, plasarea și distribuția. Mixul de marketing

Timp: 180 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să determine plasamentul optimal pentru propria afacere;
- să elaboreze strategia de promovare a unui produs/ serviciu propriu;
- să aprecieze importanța mixului de marketing pentru produsul/ serviciul propriu.

Metode și tehnici de învățare: brainstorming, lectură de idei importante, pixuri în pahar, studiu de caz, discuție, exercițiu.

Forme de organizare a activității: în perechi, frontal, individual, de grup.

Resurse didactice: șevalet rotafoliu (*flip-chart*), magneți, fișe cu text, fișe ilustrate, coli de hârtie, postere, markere pentru fiecare grup, pixuri și pahar, caietul elevului.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	– Acasă ați stabilit/ calculat prețul pentru produsul/ serviciul propriu. Ce veți face mai departe? Profesorul le prezintă elevilor un produs (de exemplu, cutie de bomboane, sticlă cu apă, pix etc.) și le repartizează coli A4 sau autocolante.	15 min.	Discuție dirijată

	<p><i>Sarcină:</i> Propuneți, împreună cu colegul de bancă, o idee eficientă care ne va ajuta să vindem acest produs mai repede și într-un volum cât mai mare. Scrieți această idee pe foaia primită.</p> <p>Fixarea foilor cu idei pe tablă.</p> <p>Revizuirea ideilor din perspectiva conceptelor de promovare, plasare și distribuție.</p> <p>Anunțarea temei: <i>Promovarea, plasarea și distribuția. Mixul de marketing.</i></p>		Brainstorming/ Activitate în perechi și frontală
Realizarea sensului	<p>Repartizarea elevilor în grupuri.</p> <p>Profesorul le împarte elevilor un text (<i>Anexa 1</i>).</p> <p><i>Sarcini:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Citiți, individual, textul și extrageți câte 2 idei importante din fiecare fragment. • Discutați în grupuri și selectați cele mai reușite idei la componenta care v-a revenit: gr. 1, gr. 2 – Promovarea, gr. 3, gr. 4 – Plasarea, gr. 5, gr. 6 – Distribuția. <p>Prezentările grupurilor.</p> <p>Profesorul repartizează fiecărui grup câte o imagine (3 imagini-produs, 3 imagini-serviciu).</p> <p><i>Sarcină:</i> Propuneți o metodă relevantă de promovare pentru produsul/ serviciul reprezentat în imagine (<i>Anexa 2</i>), folosindu-vă de textul studiat anterior.</p> <p>Prezentarea succesivă a grupurilor.</p> <p><i>Sarcină:</i> Determinați plasamentul optimal de amplasare pentru propria afacere, conform sarcinii 3 de la pag. 64 din <i>Caietul elevului</i>.</p> <p>Prezentările elevilor.</p> <p>Profesorul prezintă esența mixului de marketing (produs, preț, promovare, plasament).</p> <p><i>Exemplu de corelație a mixului de marketing:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Dacă produsul este de calitate foarte înaltă (exclusiv), atunci și prețul trebuie să fie înalt (altfel, consumatorul nu va crede în calitatea înaltă a produsului), promovarea trebuie realizată prin intermediul canalelor de comunicare pentru consumatori cu venituri înalte sau pentru cei în căutare de exclusivitate, iar plasamentul produsului trebuie să fie într-un magazin de prestigiu. – Dacă produsul este de calitate joasă, ne orientăm spre cel mai mic preț posibil, îl promovăm prin canale de comunicare în masă, în locații unde fluxul de oameni este mare, la fel și plasamentul trebuie să fie în piață sau la gară (acolo unde fluxul de oameni este cât mai mare). <p><i>Sarcină:</i> Determinați mixul de marketing pentru propria afacere.</p>	40 min.	Lectură de idei importante/ Pixuri în pahar/ Activitate individuală și de grup Proiect de grup Exercițiu individual
Reflecție	<p><i>Sarcină:</i> Analizați în grup studiul de caz și elaborați o strategie de promovare care o va ajuta pe Maria să-și vândă bine produsele.</p> <p><i>Studiu de caz:</i> Maria a absolvit școala profesională din localitatea de baștină, la specialitatea „Brutar”. Ea vrea să deschidă propria afacere – o mică brutărie. În sat sunt două magazine care au în comercializare și produse de panificație (<i>Anexa 3</i>).</p> <p><i>Sarcină:</i> Elaborați strategia de promovare a produsului/ serviciului propriei afaceri conform lucrării 4.5 de la pag. 65 din <i>Caietul elevului</i>.</p> <p>Prezentările grupurilor.</p>	30 min.	Studiu de caz/ Activitate de grup

Extindere	<p><i>Sarcină:</i> Elaborați și prezentați pe un poster strategia de marketing pentru propria afacere, care ar include următoarele aspecte:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Prezentarea succintă a produsului/ serviciului. 2. Analiza situației: <ul style="list-style-type: none"> • cercetarea de piață pentru propriul produs/ serviciu; chestionar; concluzii. • segmentarea pieței pentru produsul/ serviciul propriei afaceri; • calcule privind mărimea pieței pentru propria idee de afacere și cota potențială a propriei idei de afacere. 3. Produs/ serviciu. Calitate și preț: <ul style="list-style-type: none"> • factorii care influențează calitatea produsului sau serviciului pentru propria afacere; • prețul de realizare a propriului produs, utilizând ambele strategii – estimarea costurilor, comparația cu prețurile concurenților. 4. Mixul de marketing pentru propria idee de afacere (produs, preț, promovare, plasament). 	5 min.	Activitate frontală pentru explicația sarcinii
------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------	------------------------------------------------

Anexe. Tema 4.7

ANEXA 1. PROMOVARE, PLASARE ȘI DISTRIBUȚIE

1. Promovarea. Metode și instrumente de promovare

Metodele de promovare au o serie de instrumente specifice. Iată care sunt acestea:

- *Publicitatea* are ca instrumente: ziarul, revista, televiziunea, radioul, internetul, panoul stradal, pliantul, cărțile de vizită, poșta, telefonul, faxul, cinematograful, mijloacele de transport, publicitatea gratuită, agendele, calendarele, chipiurile cu numele produsului;
- *Promovarea vânzărilor*: promoții, reducerea prețurilor, vânzări grupate (2 produse la preț de unul sau la cumpărarea unui detergent primești un balsam de rufe cu reducere), degustări/probări, promovare la locul vânzărilor (postere cu produsul dat lângă vitrina unde se află acesta), concursul publicitar, cadouri promoționale, mostre gratuite, cupoane promoționale, premii de fidelitate;
- *Relații publice*: interviuri în mass-media, proiecte sociale, activități de caritate (donații), sponsorizări, târguri, expoziții;
- *Vânzări directe*: prin angajați, prin reprezentanți, prin delegați.

2. Elaborarea strategiei de promovare

Înainte de elaborarea strategiei de promovare, este important să se știe că există 4 variante de stabilire a bugetului promoțional:

- fixarea bugetului promoțional prin stabilirea unui procent din cifra de afaceri;
- fixarea bugetului promoțional prin resursele disponibile, adică ceea ce-și poate permite întreprinderea;
- fixarea bugetului promoțional prin alinierea la nivelul concurenței;
- fixarea bugetului promoțional prin obiective și căi promoționale de atingere a acestora.

Stabilirea strategiei de promovare se poate face mai simplu răspunzând la următoarele întrebări:

- *Ce?* Produsul sau serviciul.
- *Cui?* Publicul-țintă.
- *Cum?* Metoda/ instrumentul de promovare.
- *Când?* Perioada de promovare.
- *Unde?* Amplasarea aplicării metodei/ instrumentului de promovare.
- *Cu ce efort?* Tipul de buget și suma acestuia.

3. Plasarea. Importanța plasării și criteriile de selectare a acesteia

La alegerea amplasamentului unei afaceri axate pe comercializarea de produse este necesar să se țină cont de starea economică și demografică a zonei unde va fi amplasată aceasta. De asemenea, la alegerea amplasamentului trebuie să fie analizați factori precum:

- numărul și structura populației și puterea de cumpărare a acesteia;
- natura produsului și frecvența cumpărării diferitor produse;
- intensitatea traficului pietonal;
- apropierea concurenților;
- vecinătatea cu alte afaceri;
- numărul locurilor de parcare;
- costul amplasării;
- condițiile contractului de închiriere;
- imaginea localului;
- reglementările și normele specifice (de exemplu, pentru comercializarea produselor alimentare sau chimice);
- accesibilitatea pentru clienți.

Alegerea amplasamentului unei afaceri din domeniul prestării serviciilor depinde de specificul activității. De exemplu, pentru o afacere ce se ocupă cu reparația și deservirea copiatoarelor, amplasarea nu joacă un rol decisiv, însă pentru o frizerie, un atelier de confecții, curățătorie chimică amplasarea e crucială. Aceste afaceri trebuie să fie localizate în apropierea clienților. La stabilirea amplasamentului unei afaceri prestatoare de servicii este necesar să se țină cont de următorii factori:

- existența transportului public;
- existența unui număr suficient de locuri de parcare;
- posibilitatea extinderii ulterioare a afacerii;
- accesibilitatea (cât de ușor și repede pot găsi clienții afacerea);
- mărimea cheltuielilor suplimentare pentru promovarea amplasamentului.

În cazul alegerii amplasamentului unei întreprinderi producătoare, se va ține cont de faptul care dintre amplasamente va satisface cel mai bine scopurile pe termen lung, deoarece modificarea amplasamentului necesită mari cheltuieli. Astfel, în alegerea amplasamentului pentru o întreprindere producătoare se vor lua în calcul următoarele criterii:

- disponibilitatea forței de muncă calificate;
- apropierea de sursele de materii prime;
- apropierea de piețele de desfacere pentru bunurile finite;
- accesul la căile de transport; costul și calitatea utilităților;
- prevederile legale referitoare la protecția mediului înconjurător.

Ca și în cazul întreprinderilor comerciale și al celor prestatoare de servicii, este necesar să se ia în considerare specificul activității.

La evaluarea variantelor de amplasament al unei afaceri, antreprenorul se va baza pe costurile suportate și veniturile pe care le va obține în urma amplasării respective. Pentru evaluarea alternativelor legate de amplasament, una dintre metodele recomandate este metoda de evaluare a factorilor relevanți pentru decizie sau analiza factorială. La început se enumeră cei mai importanți factori legați de decizia localizării: *numărul de consumatori, traficul de pietoni, suprafața, numărul locurilor de parcare, apropierea transportului public, costul amplasării.*

4. Distribuția. Canale de distribuție

Pentru a determina condițiile optime de realizare a produsului, vom analiza canalele de distribuție. Tipuri de distribuție:

- *directă, sau canale ultracurte* (producător → consumator);
- *indirectă, sau scurtă* (producător → detailist → consumator sau producător → angrosist → detailist → consumator);
- *lungi* (producător → agent → angrosist → detailist → consumator).

ANEXA 2. IMAGINI

Fișa 1



Fișa 2



Fișa 3



Fișa 4



Fișa 5



Fișa 6



ANEXA 3. STUDIU DE CAZ: FIȘE

Studiu de caz: Maria a absolvit școala profesională din localitatea de baștină, la specialitatea „Brutar”. Ea vrea să deschidă propria afacere – o mică brutărie. În sat sunt două magazine care au în comercializare și produse de panificație.

Sarcină: Analizați studiul de caz și elaborați o strategie de promovare care o va ajuta pe Maria să-și vândă bine produsele.

Studiu de caz: Maria a absolvit școala profesională din localitatea de baștină, la specialitatea „Brutar”. Ea vrea să deschidă propria afacere – o mică brutărie. În sat sunt două magazine care au în comercializare și produse de panificație.

Sarcină: Analizați studiul de caz și elaborați o strategie de promovare care o va ajuta pe Maria să-și vândă bine produsele.

Studiu de caz: Maria a absolvit școala profesională din localitatea de baștină, la specialitatea „Brutar”. Ea vrea să deschidă propria afacere – o mică brutărie. În sat sunt două magazine care au în comercializare și produse de panificație.

Sarcină: Analizați studiul de caz și elaborați o strategie de promovare care o va ajuta pe Maria să-și vândă bine produsele.

Studiu de caz: Maria a absolvit școala profesională din localitatea de baștină, la specialitatea „Brutar”. Ea vrea să deschidă propria afacere – o mică brutărie. În sat sunt două magazine care au în comercializare și produse de panificație.

Sarcină: Analizați studiul de caz și elaborați o strategie de promovare care o va ajuta pe Maria să-și vândă bine produsele.

TEMA 4.8

Lecție de evaluare

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să prezinte strategia de marketing pentru afacerea proprie;
- să evalueze diferite strategii de marketing;
- să aprecieze importanța unei strategii de marketing pentru propria afacere.

Metode și tehnici de învățare: revizuire circulară, prezentare grafică.

Forme de organizare a activității: individual, de grup, frontal.

Resurse didactice: poster cu elementele de bază ale strategiei de marketing, rubrici pentru evaluarea strategiei și algoritmul în baza căruia a fost elaborată strategia.

ALGORITM PENTRU ELABORAREA STRATEGIEI:

1. Prezentarea succintă a produsului/ serviciului

2. Analiza situației:

- cercetarea de piață pentru propriul produs/ serviciu; chestionar; concluzii.
- segmentarea pieței pentru produsul/ serviciul propriei afaceri.
- calcule privind mărimea pieței pentru propria idee de afaceri și cota potențială a propriei idei de afaceri.

3. Produs/ serviciu. Calitate și preț:

- factorii care influențează calitatea produsului sau serviciului pentru propria afacere;
- prețul de realizare a propriului produs, utilizând ambele strategii – estimarea costurilor, comparația cu prețurile concurenților.

4. Mixul de marketing pentru propria idee de afacere (produs, preț, promovare, plasament).

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	<i>Sarcină:</i> Identificați legătura dintre strategia de marketing și succesul afacerii. Elevii meditează individual și fac notițe, apoi discută în perechi și prezintă răspunsul lor. Elevii sunt împărțiți în grupuri de 5-7 persoane.	15 min.	GPP
Realizarea sensului	În grupuri se aplică tehnica <i>revizuire circulară</i> . Posterele cu strategia de marketing prezentată se transmit după ácele ceasornicului. Elevii le analizează, utilizând tabelul din <i>Anexa 1</i> , propun sugestii de îmbunătățire până revine la ei posterul lor.	50 min.	
Reflecție	Când posterul revine la grup, elevilor li se dau 5-10 minute pentru a analiza comentariile, sugestiile colegilor. Doritorii le prezintă tuturor colegilor strategia de marketing. Pot fi prezentate frontal 2-3 strategii. Profesorul face, împreună cu elevii, concluzii, revenind la sarcina de la evocare.	22 min.	
Extindere	<i>Sarcină:</i> Definitivați strategia de marketing și prezentați-o profesorului/ profesoarei pentru evaluare.	3 min.	

Anexe. Tema 4.8

ANEXA 1. SUGESTII PENTRU EVALUAREA STRATEGIEI

Nr.	Componente	Comentarii	Sugestii
1.	Prezentarea succintă a produsului/ serviciului		
2.	Analiza situației		
2.1	Cercetarea de piață pentru propriul produs/ serviciu. Chestionar. Concluzii		
2.2	Segmentarea pieței pentru produsul/ serviciul propriei afaceri		
2.3	Calculare privind mărimea pieței pentru propria idee de afaceri și cota potențială a propriei idei de afaceri		
3.	Produs/ serviciu. Calitate și preț		
3.1	Factorii care influențează calitatea produsului sau serviciului pentru propria afacere		
3.2	Prețul de realizare a propriului produs, utilizând ambele strategii – estimarea costurilor, comparația cu prețurile concurenților		
4.	Mixul de marketing pentru propria idee de afacere		
4.1	Produs		
4.2	Preț		
4.3	Promovare		
4.4	Plasament		
5.	Concluzii privind strategia de marketing		

Modulul V

PLANIFICAREA AFACERII

30 de ore (7 ore de activitate individuală)



DESCRIERE GENERALĂ:

Competența specifică dezvoltată în cadrul modului V: Competența de a elabora și prezenta un plan de afaceri.

Activitățile propuse pentru modulul V au un caracter integrator și contribuie la realizarea a două scopuri importante:

- Revizuirea și dezvoltarea ideilor privind o posibilă afacere personală, elaborată în cadrul modulelor I–IV;
- Dezvoltarea abilităților de prezentare a ideilor proprii, structurate în forma unui plan de afaceri.

Cea mai potrivită formă de organizare a procesului de învățare, care asigură atingerea scopurilor specifice modului V este **atelierul de lucru**. În cadrul acestor ateliere, profesorul își asumă, mai curând, un rol de facilitator și mai puțin – de consultant/ expert. Sarcina principală a profesorului constă în crearea condițiilor care vor motiva elevii să revizuiască, să dezvolte și să prezinte ideile elaborate în cadrul fiecărui modul anterior. Pentru aceasta, profesorul va organiza mai multe activități ce presupun un grad sporit de interactivitate: prezentări și discuții în perechi, în grupuri mici și în plen. Fiind în rol de facilitator, profesorul va colecta permanent informații privind evoluția fiecărui elev și va oferi, în funcție de necesitate, un suport suplimentar, implicând alți elevi. Luând în considerare faptul că toate conținuturile necesare pentru elaborarea unui plan de afaceri au fost prezentate și studiate în cadrul modulelor I–IV, profesorul trebuie să delege la maxim funcția de consultant elevilor care au însușit mai bine aceste conținuturi. Numai în cazuri speciale, când elevii nu vor găsi soluția singuri, profesorul poate să intervină cu sugestii și idei noi.

Tehnicile de învățare prin cooperare în cadrul acestui modul sunt cel mai des utilizate. Aceasta presupune că profesorul trebuie să se asigure că rolurile elevilor sunt distribuite clar, fiecare elev înțelege specificul sarcinilor și are instrumentele necesare pentru realizarea lor (fișe de observare, de evaluare etc.). La fel, profesorul trebuie să monitorizeze modalitatea în care elevii realizează sarcinile și felul în care comunică între ei. Profesorul va prezenta principiile și etapele oferirii unui feedback constructiv și va monitoriza aplicarea acestora în practică de elevi.

Atelierele de lucru¹ în cadrul modului V sunt planificate în baza următorului algoritm:

- 1. Evocare** – activitatea individuală și în perechi prin care elevii revizuiesc componenta specifică a planului de afaceri elaborată în cadrul modulelor precedente.
- 2. Realizarea sensului** – oferirea consultanței (individuale sau în grup) pentru îmbunătățirea componentei planului de afaceri și pregătirea pentru prezentare.
- 3. Reflecție** – prezentarea componentei planului. Fiecare elev, de cel puțin 3 ori, este în rol de prezentator și, de cel puțin 3 ori, oferă feedback. Astfel el își dezvoltă abilitățile de prezentare și identifică aspectele componentei planului de afaceri care necesită îmbunătățire.
- 4. Extindere** – activitatea individuală prin care elevii perfecționează componenta în baza feedbackului primit. La această etapă elevii pot beneficia încă o dată de consultanță din partea profesorului și/sau colegilor.

Activitățile din cadrul modului V se încheie cu *Prezentarea publică a planurilor de afaceri*, care presupune prezentarea de fiecare elev a propriului plan de afaceri, elaborat în cadrul cursului. Din cele 30 de ore, preconizate în curriculum, profesorul rezervă necesarul de ore pentru desfășurarea prezentărilor/ examenului. Sugerăm implicarea elevilor în evaluarea finală a prezentării planului de afaceri.

În tabelul ce urmează, prezentăm sugestii pentru repartizarea orelor și specificul atelierelor de lucru. Ordinea atelierelor 5.3–5.7 poate fi modificată în funcție de specificul ideilor de afacere.

Nr. temei	Tema lecției	Nr. de ore	Produsul/ Tema pentru acasă
5.1	Scopul planificării (Oferirea și recepționarea feedbackului)	2 ore	Argumentează importanța oferirii feedbackului în activitatea de antreprenariat.
5.2	Structura planului de afaceri	2 ore	Determină importanța planificării activității de antreprenariat.
5.3	Atelier de lucru: <i>Descrierea afacerii</i>	2 ore	Elaborează descrierea afacerii. Prezintă succint ideea generală a afacerii.
5.4	Atelier de lucru: <i>Elaborarea planului de marketing</i>	2 ore	Elaborează strategia de marketing. Prezintă strategia de marketing.
5.5	Atelier de lucru: <i>Elaborarea planului operațional</i>	2 ore	Elaborează planul operațional. Prezintă planul operațional.
5.6	Atelier de lucru: <i>Necesarul de resurse umane</i>	2 ore	Elaborează planul de dirijare a resurselor umane. Prezintă planul managerial.
5.7	Atelier de lucru: <i>Elaborarea planului financiar</i>	4 ore	Elaborează planul financiar. Prezintă planul financiar.
5.8	Atelier de lucru: <i>Integrarea tuturor elementelor planului de afaceri</i>	2 ore	Integrează toate componentele în planul de afaceri.
5.9	Atelier de lucru: <i>Elaborarea prezentării planului de afaceri</i>	4 ore	Elaborează sumarul și prezentarea generală a planului de afaceri.
5.10	Evaluarea finală (examen): <i>Prezentarea publică a planului de afaceri</i>	8 ² ore	Prezintă în public planul de afaceri elaborat.

SUGESTII DE EVALUARE

Deoarece modulul V integrează toate aptitudinile, cunoștințele și abilitățile (competențele), evaluarea și notarea finală trebuie să reflecte atât rezultatele finale, prezentate în formă de document – planul de afaceri și prezentarea publică, cât și aprecierea eforturilor depuse de elev în cadrul cursului.

¹ Sesiune de formare, în care participanții/ elevii, prin exerciții, își dezvoltă abilitățile și cunoștințele în definitivarea fiecărei componente a planului de afaceri.

² Numărul de ore pentru evaluarea finală este calculat de profesor și depinde de numărul de elevi, de calitatea prezentărilor și implicarea membrilor Comisiei de evaluare.

Notarea finală a elevului se va face prin cumularea următoarelor note:

Nr.	Numele elevului	Evaluarea formativă	Planul de afaceri	Prezentarea planului de afaceri	Nota finală
1.		Nota medie la disciplină	Nota obținută la evaluarea conținutului planului de afaceri	Nota obținută la prezentarea planului de afaceri	Nota medie a tuturor evaluărilor menționate anterior

De exemplu:

Nr.	Numele elevului	Evaluarea formativă	Planul de afaceri	Prezentarea planului de afaceri	Nota finală
1.	Ion Ionescu	9	8	10	9

Criteriile de evaluare a planului de afaceri și a prezentării trebuie să fie anunțate din timp. Pentru asigurarea înțelegerii comune a criteriilor de evaluare, sugerăm utilizarea fișelor de evaluare, după modelele prezentate la temele 5.9 și 5.10. Profesorul poate modifica fișele de evaluare în funcție de grupul de elevi/ studenți.

TEMA 5.1 Scopul planificării (Oferirea și recepționarea feedbackului)

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să explice regulile oferirii și recepționării feedbackului;
- să aplice regulile principale de oferire/ recepționare a feedbackului;
- să aprecieze importanța abilității de a oferi/ recepționa feedback pentru dezvoltarea competențelor antreprenoriale.

Metode și tehnici de învățare: discuția reflexivă, GPP, miniprelegere interactivă, joc didactic, observarea.

Forme de organizare a activității: în perechi, în grupuri mici (3-4), individual, frontal.

Resurse didactice: markere, postere, în cazul utilizării prezentării electronice – proiector și computer.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	<p><i>Varianta 1.</i> Profesorul propune sarcina: Numiți, vă rog, calitățile unei persoane de succes (analizate la prima lecție a cursului „Bazele antreprenoriatului”). După ce elevii au numit calitățile, discuția reflexivă este facilitată cu ajutorul <i>întrebărilor</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – În cadrul cursului „Bazele antreprenoriatului” am realizat mai multe activități. Care dintre acestea au contribuit la dezvoltarea unor calități din lista dată? – Ce calități anume au fost dezvoltate? – Care sunt dovezile/ indicatorii dezvoltării lor? – Ce așteptări aveți pentru activitățile planificate în modulul V? <p><i>Varianta 2.</i> Profesorul spune: – La începutul cursului ați făcut testul „Vocația de antreprenor”. Cum credeți, dacă ați face acest test încă o dată, rezultatele ar fi la fel? După ce elevii își spun părerea, profesorul afișează testul (pe poster sau slide) și le propune să răspundă la întrebările testului. Când elevii termină testarea, profesorul facilitează discuția reflexivă cu ajutorul <i>întrebărilor</i>:</p>	10 min.	Discuție reflexivă

	<p>– S-au schimbat rezultatele?</p> <p>– Cum au contribuit activitățile din cadrul cursului la dezvoltarea acestor calități?</p> <p>– Ce așteptări aveți de la modulul V?</p> <p>Elevii își expun așteptările față de activitățile din modulul V. Profesorul sau cineva dintre elevi înregistrează ideile pe tablă/ poster.</p>		
Realizarea sensului	<p>Profesorul le prezintă elevilor obiectivele modulului V și explică procesul de realizare a lor.</p> <p>Modulul V are două scopuri:</p> <ul style="list-style-type: none"> • revizuirea și dezvoltarea ideilor privind o posibilă afacere personală, elaborate în cadrul modulelor I–IV; • dezvoltarea abilităților de prezentare a ideilor proprii structurate în forma unui plan de afaceri. <p>– În cadrul modulelor precedente ați analizat diferite aspecte ale ideii de afaceri. Toate produsele elaborate trebuie să fie integrate acum în <i>Planul de afaceri</i>. Dar nu este suficient să se creeze un document. Un antreprenor de succes este cel care poate prezenta clar și succint ideea proprie de afacere. La ultimele lecții ale modulului fiecare dintre voi va prezenta în fața colegilor propriul plan de afaceri. Prezentarea va fi făcută oral, cu ajutorul unor tehnici de vizualizare (postere sau prezentare electronică). Prezentarea dată va fi ca o repetiție generală înainte de examen.</p> <p>Una dintre calitățile omului de succes este capacitatea de a învăța continuu. Pe parcursul modulului V, vor fi mai multe exerciții în care vă veți antrena abilitățile de prezentare.</p> <p>În cadrul acestor activități, veți primi și veți oferi feedback (conexiunea inversă) din partea colegilor. În baza lui, veți avea posibilitatea să perfecționați atât elementele planului de afaceri, cât și abilitățile de prezentare.</p> <p><i>Sarcini:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Individual, timp de 1 minut, notați ideile privitor la oferirea feedbackului (ce și cum trebuie să fie transmis). • Analizați ideile în perechi. • Fiecare pereche prezintă câte o idee. <p>Profesorul realizează o miniprelegere despre oferirea feedbackului (<i>Anexa 1</i>). Aspecte principale:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ce este un feedback distructiv (exemplu); • ce este un feedback constructiv (exemplu); • regulile de oferire a unui feedback constructiv; • regulile de reacționare la feedback. <p>Simularea. Profesorul invită doi elevi-voluntari și explică sarcina: unul va fi cu ochii legați, altul trebuie să-l ghideze numai cu cuvinte de la un punct spre altul, fără a atinge obiecte/ obstacole care sunt între aceste două puncte.</p> <p>Alți elevi trebuie să observe comportamentul ambilor voluntari și, după realizarea sarcinii, să ofere feedback, utilizând regulile prezentate.</p> <p>După ce elevii au realizat sarcina, profesorul le propune să ofere feedback și analizează în ce măsură acesta corespunde principiilor și regulilor prezentate.</p>	5-7 min.	Prezentarea plenară
	<p><i>Sarcini:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Individual, timp de 1 minut, notați ideile privitor la oferirea feedbackului (ce și cum trebuie să fie transmis). • Analizați ideile în perechi. • Fiecare pereche prezintă câte o idee. <p>Profesorul realizează o miniprelegere despre oferirea feedbackului (<i>Anexa 1</i>). Aspecte principale:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ce este un feedback distructiv (exemplu); • ce este un feedback constructiv (exemplu); • regulile de oferire a unui feedback constructiv; • regulile de reacționare la feedback. <p>Simularea. Profesorul invită doi elevi-voluntari și explică sarcina: unul va fi cu ochii legați, altul trebuie să-l ghideze numai cu cuvinte de la un punct spre altul, fără a atinge obiecte/ obstacole care sunt între aceste două puncte.</p> <p>Alți elevi trebuie să observe comportamentul ambilor voluntari și, după realizarea sarcinii, să ofere feedback, utilizând regulile prezentate.</p> <p>După ce elevii au realizat sarcina, profesorul le propune să ofere feedback și analizează în ce măsură acesta corespunde principiilor și regulilor prezentate.</p>	5 min.	GPP
	<p>Profesorul realizează o miniprelegere despre oferirea feedbackului (<i>Anexa 1</i>). Aspecte principale:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ce este un feedback distructiv (exemplu); • ce este un feedback constructiv (exemplu); • regulile de oferire a unui feedback constructiv; • regulile de reacționare la feedback. <p>Simularea. Profesorul invită doi elevi-voluntari și explică sarcina: unul va fi cu ochii legați, altul trebuie să-l ghideze numai cu cuvinte de la un punct spre altul, fără a atinge obiecte/ obstacole care sunt între aceste două puncte.</p> <p>Alți elevi trebuie să observe comportamentul ambilor voluntari și, după realizarea sarcinii, să ofere feedback, utilizând regulile prezentate.</p> <p>După ce elevii au realizat sarcina, profesorul le propune să ofere feedback și analizează în ce măsură acesta corespunde principiilor și regulilor prezentate.</p>	15 min.	Miniprelegere interactivă
	<p>Alți elevi trebuie să observe comportamentul ambilor voluntari și, după realizarea sarcinii, să ofere feedback, utilizând regulile prezentate.</p> <p>După ce elevii au realizat sarcina, profesorul le propune să ofere feedback și analizează în ce măsură acesta corespunde principiilor și regulilor prezentate.</p>	15 min.	Demonstrarea

<p>Reflecție</p>	<p>Profesorul formează grupuri mici (3-4 elevi) și le propune sarcini (exemple în Anexa 2) în care un elev trebuie să ofere feedback colegului, iar al treilea să observe dacă feedbackul oferit respectă regulile. Elevii își schimbă rolurile, astfel fiecare, cel puțin o dată, oferă <i>feedback</i> la acțiune/ produs și, tot cel puțin o dată, comentează modul în care a fost realizat feedbackul.</p> <p>După ce toți elevii au realizat exercițiul, profesorul organizează o discuție reflexivă cu ajutorul <i>întrebărilor</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ce a fost simplu în oferirea feedbackului constructiv? - Ce a fost mai dificil? - Cât de importantă este abilitatea de a oferi și de a primi feedback pentru dezvoltarea competenței antreprenoriale? - Ce lecții ați învățat astăzi? - Cum veți utiliza experiența acumulată în viitor? 	<p>15 min.</p> <p>10 min.</p>	<p>Joc didactic/ Exersarea</p> <p>Discuție reflexivă</p>
<p>Extindere</p>	<p>Profesorul le propune elevilor:</p> <ul style="list-style-type: none"> • să aplice modelul învățat și în alte situații; • să adune produsele elaborate în cadrul modulelor I-IV. 	<p>3 min.</p>	<p>Plenar</p>

Anexe. Tema 5.1

ANEXA 1. FEEDBACK DISTRUCTIV ȘI CONSTRUCTIV

Feedback distructiv	Feedback constructiv
<p>Este general („<i>totul a fost bine</i>”, prezentarea „<i>nu a fost reușită</i>”).</p> <p>Apreciază persoana („<i>ești neatent</i>”, „<i>ideea ta este stupidă</i>”, „<i>ești timid și nesigur</i>”).</p> <p>Arată numai neajunsuri, nu oferă informații despre lucrurile care au fost făcute bine.</p> <p>Nu oferă sugestii pentru îmbunătățirea comportamentului/ produsului.</p>	<p>Describe fapte, comportamente concrete.</p> <p>Describe elementele care au fost făcute bine.</p> <p>Describe sentimente și impresii proprii, provocate de comportamentul/ produsul prezentat („<i>eu am înțeles...</i>”, „<i>eu am avut impresia...</i>”).</p> <p>Oferă sugestii/ idei pentru îmbunătățirea comportamentului/ produsului.</p>

Trei pași în oferirea unui feedback constructiv:

1. Stabilește faptele

Describe faptele: ce anume ai văzut tu că a avut loc (de exemplu, „*am observat ca nu este indicată forma organizatorico-juridică a afacerii*” sau „*am văzut o descriere detaliată a procesului de producere*”, sau „*în timpul prezentării, deseori ai făcut pauze*”). Nu poți trece la cel de-al doilea pas până când cealaltă persoană nu este de acord cu ceea ce ai spus. Dacă persoana încearcă să justifice fapta (de exemplu, „*da, am încercat să fac, dar...*”), ascultă-l până la capăt și abia apoi treci la pasul următor.

2. Spune ce simți și cum apreciezi aceste fapte

Odată ce ambii sunteți de acord cu faptele, descrie sentimentele proprii care au fost provocate de aceste fapte sau prezintă aprecierea ta. De exemplu: „*mi-a plăcut acest element al planului*” sau „*credeam că estimarea pieței va fi mai amplă și detaliată*”, sau „*cred că nu ai utilizat corect termenul...*”.

3. Proiectează în viitor

Spune ce îți dorești să se întâmple în viitor: „*utilizează această descriere în planul de afaceri și în prezentarea la examen*”, „*recalculează necesarul de capital, ca să fie mai real*”, „*în timpul prezentării, păstrează contactul vizual și citește mai puțin de pe foaie*”.

Reguli pentru a primi feedback:

- Ascultă cu atenție, formulează întrebări de precizare, dacă nu este clar ceva. De exemplu: „Ce anume a fost mai puțin clar în descrierea produsului?”
- Mulțumește pentru cele auzite, indiferent dacă feedbackul este pozitiv sau negativ, pentru că el arată care sunt punctele tale slabe sau tari și ce trebuie să îmbunătățești.
- La final, concluzionează: „Să înțeleg că tu propui să descrii din nou organigrama afacerii” sau „Îmi spui că îți place modul în care am argumentat strategia de promovare a produsului” etc.

ANEXA 2

Exemple de sarcini pentru realizarea interacțiunii dintre elevi și crearea situației pentru dezvoltarea abilităților de oferire a feedbackului:

- Un elev confecționează un obiect din hârtie (bunăoară, un avion), altul oferă feedback privind calitatea produsului.
- Un elev desenează o figură conform explicațiilor verbale ale partenerului (cel care explică are modelul în față, cel care desenează nu vede modelul și realizează desenul numai în baza explicației).
- Un elev construiește din blocuri un turn conform modelului elaborat de partener. Autorul modelului oferă feedback.

TEMA 5.2**Structura planului de afaceri**

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să descrie componentele și funcțiile propriului plan de afaceri;
- să identifice beneficiarii propriului plan de afaceri;
- să argumenteze importanța și rolul planului de afaceri pentru propriul succes.

Metode și tehnici de învățare: discuție, studiu de caz, exercițiu, problematizare, predare complementară, conversație euristică.

Forme de organizare a activității: în grupuri mici (3-5), individual, frontal.

Resurse didactice: suport informațional din *Anexa 1*, tabelul din *Anexa 2*, studiu de caz.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	Activitatea 1. Profesorul le propune elevilor să discute în perechi despre experiența de aplicare a modelului de oferire a feedbackului (2 minute), apoi facilitează o discuție plenară cu ajutorul întrebărilor: – În ce situații ați utilizat modelul de oferire a feedbackului? – Care au fost rezultatele? – Ce ați învățat din experiența dată?	10 min.	Activitate în perechi Discuție reflexivă
	Activitatea 2. Timp de 5 minute, analizați în perechi toate produsele elaborate în cadrul modulelor I-IV și elaborați o listă a componentelor planului de afaceri. Fiecare pereche prezintă câte un component. Profesorul, cu ajutorul unuia dintre elevi, notează componentele pe coli A4 și le plasează în mod haotic pe tablă.	10 min.	GPP
	Activitatea 3. Profesorul formează echipe din câte 5 persoane și le propune elevilor să aranjeze în ordine logică componentele identificate (3 minute). Fiecare grup prezintă rezultatele.	5 min.	Lanțuri logice rupte

<p>Realizarea sensului</p>	<p>Profesorul explică laconic etapele tehnicii <i>Mozaic</i>:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fiecare membru al echipei va primi un fragment al informației și va deveni „expert”. 2. Elevii care primesc același fragment vor forma grupuri de „experți” și vor clarifica cele mai importante aspecte ale acestui fragment. 3. „Experții” revin în echipele inițiale, și fiecare, pe rând, explică esența fragmentului. <p>Profesorul le repartizează elevilor fragmentele cu informație privind specificul componentelor planului de afaceri (<i>Anexa 1</i>).</p> <p>Individual, fiecare elev citește informația din fragmentul primit și stabilește legătura cu componentele identificate la etapa de evocare (3 minute).</p> <p>Profesorul le propune elevilor să formeze echipe de „experți”. Sarcina „experților” – să evedențieze specificul componentei, să formuleze argumente privind importanța/ rolul acestei componente în planul de afaceri și să identifice poziția/ ordinea acestei componente în planul de afaceri. „Experții” lucrează aproximativ 5 minute. La sfârșitul discuției, fiecare „expert” trebuie să le transmită membrilor echipei de bază concluziile la care au ajuns.</p> <p>„Experții” revin în echipele inițiale. Fiecare prezintă concluziile. După aceasta, echipa descrie structura optimă a unui plan de afaceri care trebuie să fie prezentat la sfârșitul cursului.</p>	<p>25 min.</p>	<p>MOZAIC</p>
<p>Reflecție</p>	<p>Elevii prezintă structura planului de afaceri elaborată în grup.</p> <p>Profesorul generalizează ideile și accentuează că structura (ordinea componentelor) poate fi modificată neesențial în funcție de specificul planului de afaceri.</p> <p>Profesorul le propune elevilor să completeze, în echipe, tabelul „Beneficiarii planului de afaceri” (<i>Anexa 2</i>), apoi organizează o discuție în baza rezultatelor obținute.</p>	<p>15 min.</p> <p>10 min.</p>	<p>Prezentări și discuții/ Activitate de grup</p>
<p>Extindere</p>	<p>Profesorul le propune elevilor să determine structura (ordinea componentelor) propriului plan de afaceri și să verifice ce produse realizate în cadrul modulelor I–IV pot fi utilizate în elaborarea propriului plan de afaceri.</p>	<p>5 min.</p>	<p>Plenar</p>

Anexe. Tema 5.2

ANEXA 1. SUPORT INFORMAȚIONAL*

FOAIA DE TITLU/ coperta pentru planul de afaceri conține informații cu privire la: denumirea proiectului de afaceri, denumirea completă a întreprinderii; adresa juridică și date de contact (numărul de telefon fix și mobil, fax, e-mail); numele, prenumele administratorului și semnătura lui (prin care aprobă planul de afaceri); data, luna și anul întocmirii planului de afaceri. Pe copertă, de regulă, se menționează că planul de afaceri este confidențial. De asemenea, pe copertă poate fi specificat scopul întocmirii planului de afaceri.

* În boxe sunt prezentate fragmentele care trebuie să fie distribuite elevilor.

CUPRINSUL este o listă ordonată a conținutului planului de afaceri. Cu ajutorul cuprinsului, fiecare persoană poate găsi ușor informația necesară. Cuprinsul poate fi scris la etapa inițială de elaborare a planului de afaceri, pentru că determină structura planului; atunci când elaborarea planului este finalizată, se indică paginile pentru fiecare capitol sau compartiment.

SUMARUL (rezumatul) conține de la 1 la 2 pagini de text. Această parte a planului de afaceri, de regulă, este citită prima, se află la începutul documentului, dar este elaborată după ce celelalte componente ale planului au fost redactate. Din sumar putem afla cele mai importante detalii: specificul produsului sau serviciului, procesul tehnologic, resursele (materiale, umane, financiare) care sunt necesare, prognoze privind veniturile etc.

Sumarul trebuie să trezească interesul potențialului investitor și dorința de a se întâlni cu cel care a prezentat proiectul.

DESCRIEREA PLANULUI DE AFACERI. Acest compartiment este foarte important în cazul în care planul de afaceri este elaborat în scopul atragerii investițiilor sau obținerii creditelor. Înainte de a decide finanțarea, investitorul dorește să știe cui acordă banii și are nevoie de o informație generală despre solicitant: când și de cine a fost inițiată afacerea? Care este forma organizatorico-juridică? Care este domeniul de activitate? Ce reprezintă produsul sau serviciul (caracteristicile tehnologice și de calitate, necesitățile care sunt satisfăcute de acestea)? Cine sunt clienții de bază? Ce rezultate (financiare, de producere etc.) deja au fost obținute? Care sunt scopul și obiectivele afacerii? Cât de bine sunt analizate punctele forte și cele slabe ale afacerii, ce oportunități și riscuri au fost identificate? Cât de realiste sunt scopurile, obiectivele, prognozele?

STRATEGIA DE MARKETING include informații despre starea existentă a pieței și tendințele în evoluția ei. În această componentă este prezentată informația despre clienții actuali și potențiali, cine sunt aceștia și care sunt nevoile și preferințele lor. La fel, aici este prezentată informația despre concurenți – cine produce sau oferă servicii similare, care este politica lor de prețuri, cum ajung ei la clienți. În acest compartiment sunt descrise și procesele prin care produsul sau serviciul ajunge la clienți, sunt analizate avantajele și limitele poziției geografice a afacerii. Un alt aspect important ține de prețul produsului sau serviciului. Nu este suficient să se indice prețul – este bine să fie date explicații care argumentează de ce anume acest preț este bun și real pentru afacere. Planul de afaceri devine mai util și real în cazul în care sunt descrise și argumentate metodele de promovare, plasare a produsului sau serviciului, racordate la interesele clienților, poziția concurenților, amplasarea geografică și, nu în ultimul rând, cheltuielile. Este important să se prezinte mixul de marketing și corelarea dintre elementele lui: produs, preț, promovare, plasament.

PLANUL OPERAȚIONAL oferă detalii foarte importante privind descrierea procesului tehnologic de producere sau de prestare a serviciului. În baza acestei părți componente a planului de afaceri, se pot face concluzii privind gradul de înțelegere, de antreprenor, a specificului afacerii. Autorul planului de afaceri descrie în detalii toate etapele necesare pentru producere. Acesta oferă posibilitatea de a estima necesarul de echipament special, de spații, consumabile, materie primă și furnizorii ei etc. Omiterea sau prezentarea eronată a unei etape din procesul de producere sau a unui echipament va provoca, inevitabil, dificultăți în inițierea afacerii. Pentru a elabora acest compartiment al planului, antreprenorul trebuie să fie un bun specialist în domeniu sau să apeleze la alți specialiști. Descrierea corectă și detaliată a activităților operaționale asigură posibilitatea estimării corecte a resurselor necesare pentru a iniția o afacere.

PLANUL DE MANAGEMENT ȘI RESURSE UMANE descrie modul de dirijare a afacerii. Descrierea verbală este însoțită de diferite scheme, care demonstrează felul în care managerul gestionează afacerea: câte departamente are, cu câte persoane comunică conducătorul, ce sarcini specifice și cui le dă. Pentru că oamenii sunt cea mai importantă resursă, este inevitabilă estimarea numărului necesar de personal și remunerarea lui. La fel, un antreprenor bun va prezenta informații despre modalitatea de recrutare a lucrătorilor, de asigurare a nivelului necesar de cunoștințe și abilități în ceea ce privește modalitățile de motivare nonfinanciară. Chiar dacă afacerea presupune activitatea unei singure persoane, este necesară descrierea diferitor tipuri de activități/ sarcini care trebuie să fie realizate de antreprenor și estimarea timpului necesar pentru realizarea calitativă a acestora. Elaborarea acestei părți a planului îi oferă antreprenorului posibilitatea de a lua decizii conștiente privind relațiile cu alte persoane: de exemplu, este nevoie de angajarea unui contabil, care va lucra în fiecare zi, sau se poate apela periodic la serviciile unei firme care va prelucra documentele primare și va pregăti rapoartele.

PLANUL FINANCIAR este o componentă a planului de afaceri care „traduce” informația despre afacere în termeni economici și limbajul cifrelor. Cu toate că planul financiar nu poate fi elaborat fără celelalte componente ale planului de afaceri, în baza lui se pot face concluzii despre perspectivele afacerii: va fi dificil de inițiat sau nu, de cât timp este nevoie pentru a recupera investițiile inițiale, și, în general, cât de viabilă este ideea de afaceri. Planul financiar estimează cheltuielile de lansare, prezintă prognoze privind fluxurile bănești și rezultatele financiare. Date din planul financiar ajută în luarea deciziei privind sursele de investiții. Pentru că planul financiar conține anumiți termeni specifici, cineva poate să creadă că acesta trebuie să fie elaborat de un contabil sau o persoană specializată în economie. Această convingere limitează activitatea antreprenorială: decizia finală este luată de antreprenor, iar el trebuie să posede noțiuni generale privind aspectele financiare.

ANEXA 2. UTILIZATORII PLANULUI DE AFACERI

Faceți cunoștință cu funcțiile planului de afaceri, citind materialul oferit, apoi completați tabelul propus mai jos.

Planul de afaceri este:

- Instrument de management și planificare – prin intermediul planului de afaceri, antreprenorul poate conduce și controla întreg procesul de inițiere și administrare a afacerii sale.
- Instrument de monitorizare și de evaluare a afacerii – ca instrument de management, planul de afaceri îl ajută pe antreprenor să monitorizeze și să evalueze modul în care afacerea se dezvoltă. El este un instrument dinamic, care poate fi modificat pe măsura acumulării experienței și a cunoștințelor.
- Instrument de comunicare externă – planul de afaceri este folosit pentru a atrage capital investițional, împrumuturi și parteneri de afaceri. În cazul în care se dorește obținerea unui credit sau a unei finanțări nerambursabile, prezentarea planului de afaceri, care să demonstreze că afacerea are potențial pentru a aduce profit, este absolut indispensabilă.
- Instrument de prezentare/ promovare – planul de afaceri arată modul de evoluție a afacerii, obiectivele trasate și rezultatele obținute, etapele următoare care trebuie parcurse.

	Utilizatorii planului de afaceri					
	Antreprenorul (autorul)	Proprietarii	Managerii	Bancherii	Investitorii	Partenerii de afaceri
Scopurile utilizării						

TEMA 5.3

Atelier de lucru: *Descrierea afacerii*

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să formuleze scopul și obiectivele propriei idei de afacere;
- să evalueze produsul/ serviciul conform algoritmului propus;
- să realizeze analiza SWOT a propriei idei de afacere;
- să prezinte laconic propria idee de afacere.

Metode și tehnici de învățare: atelier de lucru, GPP, consultanță individuală și în grup.

Forme de organizare a activității: în grupuri mici (3-5), individual, frontal.

Resurse didactice: suport informațional din anexe, materiale elaborate de elevi.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	<p>Profesorul anunță obiectivele atelierului și le propune elevilor să prezinte în perechi produsele elaborate în cadrul modulului I. Elevii colectează întrebări despre momentele neclare sau de precizare:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oare este bine când...? • Cum poate fi prezentat mai bine...? <p>După activitatea în perechi, profesorul colectează toate întrebările.</p>	15 min.	GPP
Realizarea sensului	<p>Profesorul, implicând elevii, răspunde la întrebări.</p> <p>Poate fi organizată consultanța individuală sau în grupuri mici. Consultanța poate fi oferită de elevii care au înțeles bine subiectul și au elaborat componenta dată a planului de afaceri.</p> <p>Aspecte importante care trebuie să fie analizate (pot fi utilizate materialele anexate):</p> <ul style="list-style-type: none"> • scopul afacerii; • regulile de formulare a obiectivelor (SMART); • descrierea produsului; • analiza SWOT. <p>Elevii îmbunătățesc componentele elaborate și se pregătesc pentru prezentarea lor.</p>	30 min.	Consultanță în grup sau individuală
Reflecție	<p>Profesorul explică procedura de prezentare și accentuează că fiecare elev, de cel puțin 3 ori, va fi în rol de prezentator și, de cel puțin 3 ori, va oferi feedback, utilizând o fișă de observare.</p> <p>Modalități de prezentare:</p> <ul style="list-style-type: none"> – în perechi – reciproc sau după fiecare prezentare și oferirea feedbackului, partenerul se schimbă; – în grupuri mici – câte 3 persoane – unul prezintă, doi – oferă feedback. 	30 min.	Prezentări în grupuri mici/ Oferirea feedbackului în baza fișelor de observare (Anexa 3)
Extindere	<p>Elevii perfecționează componenta în baza feedbackului. Primesc consultanță individuală (din partea profesorului sau a colegilor).</p>	15 min.	Activitate individuală/ Consultanță individuală

Anexe. Tema 5.3

ANEXA 1. MODELUL DE FORMULARE A SCOPULUI ȘI A OBIECTIVELOR AFACERII

Scop: Prestarea serviciilor de reparație auto pentru locuitorii satului Cărpineni.

Obiective:

- să majorăm cu 8% veniturile din prestarea serviciilor în trimestrul 4 al anului 2018;
- să angajăm un electronist auto pentru testarea electronică a automobilelor în trimestrul 2 al anului 2018;
- semnarea unui contract de prestare a serviciilor cu firma de taxi Trans Group S.R.L. din localitate în primul trimestru al anului 2018.

ANEXA 2. ALGORITMUL DESCRIERII UNUI PRODUS/ SERVICIU

Algoritmul:

- numiți produsul/ serviciul;
- calitatea materiei prime;
- procesul tehnologic;
- calitatea produsului/ serviciului;
- asortimentul;
- destinația produsului/ serviciului;
- ambalajul;
- experiența producătorului.

MODEL DE DESCRIERE A UNUI PRODUS

Lapte de consum

Calitatea materiei prime: laptele, ca materie primă, este colectat doar de la vaci sănătoase, fiecare lot recepționat la întreprindere este testat la calitate.

Procesul tehnologic: laptele, ca materie primă, este supus, la întreprindere, curățării, normalizării, omogenizării, iar securitatea este garantată prin prelucrarea termică a laptelui (pasteurizare). Fiecare etapă de prelucrare a laptelui este înregistrată într-un registru electronic, astfel sunt verificați neîntrerupt toți parametri tehnologici.

Calitatea produsului: laptele de consum este un produs calitativ cu un termen de păstrare de 36 de ore. Produsul nostru deține aviz de calitate.

Asortimentul: laptele de consum constituie 50% din volumul producției; lapte de 1,5% grăsime – 35%; de 2,5% grăsime – 10% și de 3,5% – 5%.

Destinația produsului: laptele de consum este folosit atât pentru consum curent, cât și pentru prepararea diverselor terciuri, creme, copturi, prăjituri, cocteiluri.

Ambalajul: laptele este ambalat în pungi de polietilenă a câte 1 l, iar 0,5 l – în pachete tetraedre.

Experiența producătorului: Întreprinderea SA „JLC” are o experiență în domeniu de 71 de ani.

ANEXA 3. FIȘA DE OBSERVARE

Urmărește cu atenție prezentarea colegului și apreciază calitatea prezentării (pune bifă în rubrica potrivită).

Afirmații	Dezacord	Acord parțial	Acord total
Scopul afacerii este clar.			
Obiectivele sunt specifice, măsurabile, realiste, indică timpul.			
Produsul/ serviciul este descris clar.			
Sunt prezentate clar punctele forte și cele slabe.			
Sunt prezentate clar oportunitățile și riscurile.			
Vorbește clar, utilizează limbajul potrivit.			
Păstrează contactul vizual în timpul prezentării.			

TEMA 5.4

Atelier de lucru: *Elaborarea planului de marketing*

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să elaboreze strategia de marketing pentru propria idee de afaceri;
- să prezinte strategia de marketing pentru propria idee de afaceri.

Metode și tehnici de învățare: atelier de lucru, GPP, consultanță individuală și în grup.

Forme de organizare a activității: în grupuri mici (3-5), individual, frontal.

Resurse didactice: suport informațional din anexe, materiale elaborate de elevi.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	Profesorul anunță obiectivele atelierului și le propune elevilor să prezinte în perechi produsele elaborate în cadrul modulului IV. Elevii își notează întrebări despre momentele neclare sau de precizare. După activitatea în perechi, profesorul colectează toate întrebările.	15 min.	GPP
Realizarea sensului	Profesorul, implicând elevii, răspunde la întrebări. Poate fi organizată consultanța individuală sau în grupuri mici. Consultanța poate fi oferită și de elevii care au înțeles subiectul bine și au elaborat componenta dată a planului de afaceri. Aspecte importante care trebuie să fie analizate pot fi găsite în materialele anexate. Elevii îmbunătățesc componentele elaborate și se pregătesc pentru prezentare.	30 min.	Consultanță în grup sau individuală
Reflecție	Profesorul explică procedura de prezentare și accentuează că fiecare elev va fi, de cel puțin 3 ori, în rol de prezentator și, de cel puțin 3 ori, va oferi feedback, utilizând o fișă de observare. Modalități de prezentare: – în perechi – reciproc sau după fiecare prezentare și oferire a feedbackului, partenerul, se schimbă; – în grupuri mici – câte 3 persoane – unul prezintă, doi – oferă feedback.	30 min.	Prezentări în grupuri mici/ Oferirea feedbackului în baza fișelor de observare (Anexa 2)
Extindere	Elevii perfecționează componenta în baza feedbackului primit. Primesc consultanță individuală (din partea profesorului sau a colegilor).	15 min.	Activitate individuală/ Consultanță individuală

Anexe. Tema 5.4

ANEXA 1. STRUCTURA STRATEGIEI DE MARKETING

1. Prezentarea succintă a produsului/ serviciului.

2. Analiza situației:

- Cercetarea de piață pentru propriul produs/ serviciu. Chestionar. Concluzii.
- Segmentarea pieței pentru produsul/ serviciul propriei afaceri.
- Calcule privind mărimea pieței pentru propria idee de afaceri și cota potențială a propriei idei de afaceri.

3. Produs/ serviciu. Calitate și preț:

- Factorii care influențează calitatea produsului sau serviciului pentru propria afacere.
- Prețul de realizare a propriului produs, utilizând ambele strategii – estimarea costurilor, comparația cu prețurile concurenților.

4. Mixul de marketing pentru propria idee de afacere (produs, preț, promovare, plasament).

ANEXA 2. CRITERII DE ANALIZĂ A CONCURENȚILOR:

- *amplasarea magazinului;*
- *sortimentul de produse;*
- *operativitatea deservirii;*
- *comportamentul personalului;*
- *prezentarea produselor;*
- *amenajarea interioară.*

ANEXA 3. FIȘA DE OBSERVARE A PREZENTĂRII STRATEGIEI DE MARKETING

Urmărește cu atenție prezentarea colegului și apreciază calitatea prezentării (pune bifă în rubrica potrivită).

Afirmații	Dezacord	Acord parțial	Acord total
Describe clar produsul/ serviciul.			
Describe clar grupul/ grupurile de clienți și interesele lor.			
Evidențiază clar părțile forte și pe cele slabe ale concurenților, avantajele concurențiale.			
Prezintă argumentat prețul produsului/ serviciului și corelează prețul cu calitatea.			
Describe clar metodele de promovare a produsului/ serviciului.			
Metodele de promovare se potrivesc bine specificului afacerii.			
Prezintă intențiile de plasament, distribuție.			
Prezintă mixul de marketing, corelând cei 4P.			
Vorbește clar, utilizează limbajul potrivit.			
Păstrează contactul vizual în timpul prezentării.			

TEMA 5.5

Atelier de lucru: Elaborarea planului operațional

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să elaboreze planul operațional pentru planul lor de afaceri;
- să prezinte planul operațional elaborat.

Metode și tehnici de învățare: atelier de lucru, GPP, consultanță individuală și în grup.

Forme de organizare a activității: în grupuri mici (3-5), individual, frontal.

Resurse didactice: suport informațional din anexe, materiale elaborate de elevi.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	Profesorul anunță obiectivele atelierului și le propune elevilor să prezinte în perechi produsele elaborate în cadrul modulului II. Elevii notează întrebări despre momentele neclare sau de precizare. După activitatea în perechi, profesorul colectează toate întrebările.	15 min.	GPP

Realizarea sensului	<p>Profesorul, implicând elevii, răspunde la întrebări.</p> <p>Poate fi organizată consultanța individuală sau în grupuri mici. Elevii care au înțeles bine subiectul și cei care au elaborat componenta dată a planului de afaceri de asemenea pot oferi consultanță.</p> <p>Aspecte importante care trebuie să fie analizate (pot fi utilizate materiale anexate):</p> <ul style="list-style-type: none"> • procesul tehnologic producerii/ serviciului; • schema fizică; • echipamentul necesar; • spațiu și facilități (energie, apă etc.); • protecția muncii și asigurarea calității; • furnizorii de materie primă. <p>Elevii îmbunătățesc componentele elaborate și se pregătesc pentru prezentare.</p>	30 min.	Consultanță în grup sau individuală
Reflecție	<p>Profesorul explică procedura de prezentare și accentuează că fiecare elev, de cel puțin 3 ori, este în rol de prezentator și, de cel puțin 3 ori, oferă feedback utilizând o fișă de observare.</p> <p>Modalități de prezentare:</p> <ul style="list-style-type: none"> – în perechi – reciproc sau după fiecare prezentare și oferire a feedbackului, partenerul se schimbă; – în grupuri mici – câte 3 persoane – unul prezintă, doi – oferă feedback. 	30 min.	Prezentări în grupuri mici, oferirea feedbackului în baza fișelor de observare (Anexa 1)
Extindere	<p>Elevii perfecționează componenta în baza feedbackului. Primesc consultanță individuală (din partea profesorului sau a colegilor).</p>	15 min.	Activitate individuală/ Consultanță individuală

Anexe. Tema 5.5

ANEXA 1. FIȘA DE OBSERVARE A PREZENTĂRII PLANULUI OPERAȚIONAL

Urmărește cu atenție prezentarea colegului și apreciază calitatea prezentării (pune bifă în rubrica potrivită).

Afirmații	Dezacord	Acord parțial	Acord total
Sunt prezentate și descrise clar toate etapele procesului tehnologic.			
Prezentarea schematică a procesului tehnologic este clară.			
Este descris tot echipamentul necesar.			
Argumentează clar necesarul de spații și facilități.			
Prezintă clar măsurile pentru asigurarea calității și protecției muncii.			
Vorbește clar, utilizează limbajul potrivit.			
Păstrează contactul vizual în timpul prezentării.			

TEMA 5.6

Atelier de lucru: *Necesarul de resurse umane***Timp:** 90 min.**Obiective operaționale:** La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să elaboreze planul managerial pentru propria idee de afaceri;
- să prezinte planul managerial elaborat;
- să argumenteze din punct de vedere organizatoric și financiar necesarul de personal pentru propria afacere.

Metode și tehnici de învățare: atelier de lucru, GPP, consultanță individuală și în grup**Forme de organizare a activității:** în grupuri mici (3-5), individual, frontal.**Resurse didactice:** suport informațional din anexe, materiale elaborate de elevi.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	Profesorul anunță obiectivele atelierului și le propune elevilor să prezinte în perechi produsele elaborate în cadrul modulului II. Elevii își notează întrebări despre momentele neclare sau de precizare. După activitatea în perechi, profesorul colectează toate întrebările.	15 min.	GPP
Realizarea sensului	Profesorul, implicând elevii, răspunde la întrebări. Poate fi organizată consultanța individuală sau în grupuri mici. Elevii care au înțeles bine subiectul și cei care au elaborat componenta dată a planului de afaceri de asemenea pot oferi consultanță. Aspecte importante care trebuie să fie analizate: <ul style="list-style-type: none"> • estimarea numărului necesar de personal; • competențele profesionale ale angajaților; • organigrama; • estimarea salariului; • metode de motivare nonfinanciare. Elevii îmbunătățesc componentele elaborate și se pregătesc pentru prezentare.	30 min.	Consultanță în grup sau individuală
Reflecție	Profesorul explică procedura de prezentare și accentuează că fiecare elev, de cel puțin 3 ori, este în rol de prezentator și, de cel puțin 3 ori, oferă feedback utilizând o fișă de observare. Modalități de prezentare: <ul style="list-style-type: none"> – în perechi – reciproc sau după fiecare prezentare și oferi a feedbackului, partenerul se schimbă; – în grupuri mici – câte 3 persoane – unul prezintă, doi – oferă feedback. 	30 min.	Prezentări în grupuri mici/ Oferirea feedbackului în baza fișelor de observare (Anexa 1)
Extindere	Elevii perfecționează componenta în baza feedbackului. Primesc consultanță individuală (din partea profesorului sau a colegilor).	15 min.	Activitate individuală/ Consultanță individuală

Anexe. Tema 5.6

ANEXA 1. FIȘA DE OBSERVARE A PREZENTĂRII PLANULUI MANAGERIAL ȘI A ARGUMENTELOR PRIVIND RESURSELE UMANE

Urmărește cu atenție prezentarea colegului și apreciază calitatea prezentării (pune bifă în rubrica potrivită).

Afirmații	Dezacord	Acord parțial	Acord total
Argumentează clar necesarul de personal.			
Describe clar competențele profesionale ale personalului.			
Schema explică clar relațiile de subordonare în cadrul afacerii.			
Calculul salariale sunt reale și corecte.			
Metodele de motivare nonfinanciară sunt relevante.			
Vorbește clar, utilizează limbajul potrivit.			
Păstrează contactul vizual în timpul prezentării.			

TEMA 5.7

Atelier de lucru: Elaborarea planului financiar

Timp: 180 min. Acest timp poate fi distribuit, aproximativ, astfel:

- 90 de minute pentru estimarea capitalului necesar și identificarea surselor de finanțare;
- 90 de minute pentru estimarea viabilității afacerii.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să elaboreze planul financiar pentru propria idee de afaceri;
- să prezinte planul financiar elaborat.

Metode și tehnici de învățare: atelier de lucru, GPP, consultanță individuală și în grup.

Forme de organizare a activității: în grupuri mici (3-5), individual, frontal.

Resurse didactice: suport informațional din anexe, materiale elaborate de elevi.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	Profesorul anunță obiectivele atelierului și le propune elevilor să prezinte în perechi produsele elaborate în cadrul modulului III. Elevii își notează întrebări despre momentele neclare sau de precizare. După activitatea în perechi, profesorul colectează toate întrebările.	30 min.	GPP
Realizarea sensului	Profesorul, implicând elevii, răspunde la întrebări. Poate fi organizată consultanța individuală sau în grupuri mici. Elevii care au înțeles bine subiectul și cei care au elaborat componenta dată a planului de afaceri de asemenea pot oferi consultanță. Aspecte importante care trebuie să fie analizate: <ul style="list-style-type: none"> • estimarea capitalului necesar pentru lansarea afacerii; • identificarea surselor de finanțare; 	60 min.	Consultanță în grup sau individuală

	<ul style="list-style-type: none"> • calcularea veniturilor și a cheltuielilor; • estimarea viabilității financiare. <p>Elevii îmbunătățesc componentele elaborate și se pregătesc pentru prezentare.</p>		
Reflecție	<p>Profesorul explică procedura de prezentare și accentuează că fiecare elev, de cel puțin 3 ori, este în rol de prezentator și, de cel puțin de 3 ori, oferă feedback utilizând o fișă de observare.</p> <p>Modalități de prezentare:</p> <ul style="list-style-type: none"> – în perechi – reciproc sau după fiecare prezentare și oferire a feedbackului, partenerul se schimbă; – în grupuri mici – câte 3 persoane – unul prezintă, doi – oferă feedback. 	30 min.	Prezentări în grupuri mici/ Oferirea feedbackului în baza fișelor de observare (Anexa 1)
Extindere	Elevii perfecționează componenta în baza feedbackului. Primesc consultanță individuală (din partea profesorului sau colegilor).	30 min.	Activitate individuală/ Consultanță individuală

Anexe. Tema 5.7

ANEXA 1. FIȘA DE OBSERVARE A PREZENTĂRII PLANULUI FINANCIAR

Urmărește cu atenție prezentarea colegului și apreciază calitatea prezentării (pune bifă în rubrica potrivită).

Afirmații	Dezacord	Acord parțial	Acord total
Estimează corect resursele necesare pentru lansarea afacerii.			
Identifică surse potrivite pentru finanțarea afacerii și argumentează decizia.			
Estimarea veniturilor este clară și corectă, în baza formulelor.			
Estimarea cheltuielilor este clară și corectă, în baza formulelor.			
Aplică corect formulele de calculare a eficienței financiare.			
Argumentele privind viabilitatea afacerii sunt convingătoare.			
Vorbește clar, utilizează corect termenii economici.			
Păstrează contactul vizual în timpul prezentării.			

TEMA 5.8

Atelier de lucru: Integrarea tuturor elementelor planului de afaceri

Timp: 90 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să integreze, conform structurii logice, toate componentele elaborate anterior în planul de afaceri;
- să argumenteze eficiența structurii date.

Metode și tehnici de învățare: atelier de lucru, GPP, consultanță individuală și în grup.

Forme de organizare a activității: în grupuri mici (3-5), individual, frontal.

Resurse didactice: postere cu schema inițială a componentelor planului de afaceri, markere, materiale elaborate de elevi.

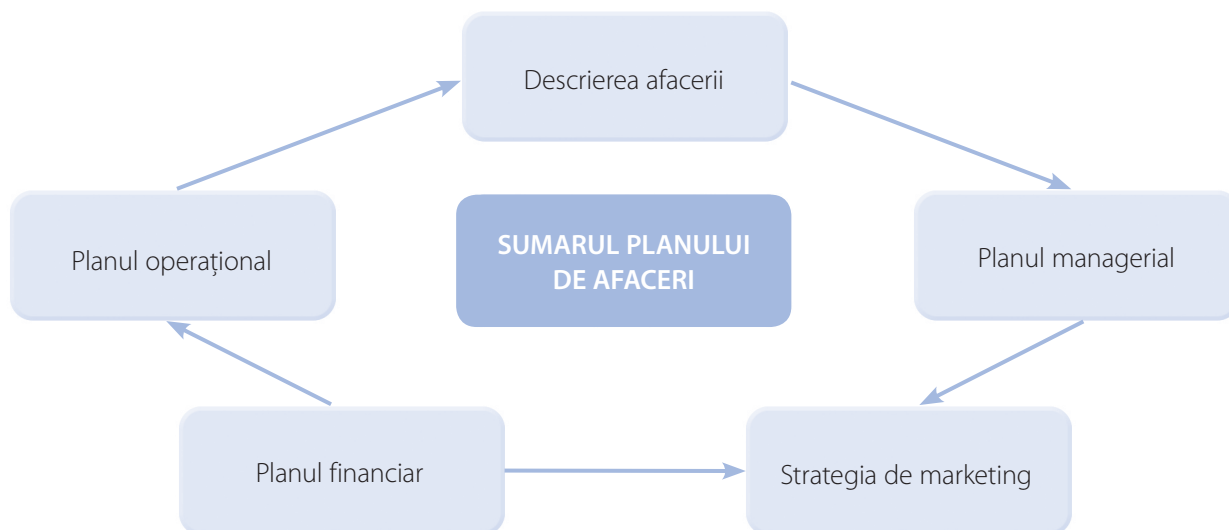
Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	Profesorul formează echipe (câte 4-5 elevi). Fiecare echipă trebuie să identifice și să descrie pe un poster conexiunile logice dintre diferite componente ale planului de afaceri (în baza modelului prezentat în <i>Anexa 1</i>).	15 min.	GPP
Realizarea sensului	Echipele afișează posterele, elevii au la dispoziție 10 minute pentru a face cunoștință cu toate modelele și a identifica idei comune și diferențe de opinii. Profesorul, implicând elevii, răspunde la întrebările care au apărut în urma activității.	15 min. 10 min.	Turul Galeriei Discuție plenară
Reflecție	Elevii analizează componentele elaborate în cadrul atelierelor precedente și asigură legătura logică dintre ele.	30 min.	Consultanță individuală
Extindere	Elevii integrează toate componentele elaborate anterior într-un document. Ei elaborează prima variantă a sumarului planului de afaceri. Elevii primesc consultanță individuală (din partea profesorului sau a colegilor).	30 min.	Activitate individuală/ Consultanță individuală

Anexe. Tema 5.8

ANEXA 1. CONEXIUNI LOGICE ÎNTRE COMPONENTELE PLANULUI DE AFACERI

Identificați conexiunile dintre diferite componente ale planului de afaceri. Reprezentați aceste conexiuni prin linii sau săgeți, descrieți laconic esența conexiunii.

De exemplu: Numărul de personal (*Planul managerial*) depinde de procesul tehnologic (*Planul operațional*).



TEMA 5.9

Atelier de lucru: Elaborarea prezentării planului de afaceri

Timp: 180 min.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să elaboreze sumarul planului de afaceri;
- să elaboreze prezentarea propriului plan de afaceri;
- să autoevalueze prezentarea planului de afaceri, elaborată în baza criteriilor prestabilite.

Metode și tehnici de învățare: atelier de lucru, GPP, consultanță individuală și în grup.

Forme de organizare a activității: în grupuri mici (3-5), individual, frontal.

Resurse didactice: schema etapelor prezentării planului de afaceri, fișe cu criteriile de evaluare a planului de afaceri, materiale elaborate de elevi.

Etapele cadrului de învățare	Aspecte ale demersului acțional	Timp	Metode și tehnici de învățare
Evocare	Profesorul formează perechi. Elevii prezintă sumarul elaborat și, împreună, identifică aspecte neclare sau pe cele care trebuie să fie îmbunătățite. Profesorul colectează întrebările și, cu ajutorul elevilor, răspunde la ele.	25 min.	GPP
Realizarea sensului	Profesorul realizează o miniprelegere: „Șase pași în prezentarea planului de afaceri” (Anexa 1). Profesorul prezintă fișa cu criteriile de evaluare (Anexa 2).	15 min. 20 min.	Miniprelegere interactivă
Reflecție	Elevii analizează planul propriu cu ajutorul fișei de evaluare, identifică momentele care trebuie să fie îmbunătățite.	60 min.	Consultanță individuală
Extindere	Definitivarea planului de afaceri. Pregătire pentru prezentarea publică finală. Elevii pot elabora suport vizual pentru prezentarea planului de afaceri (prezentarea electronică sau pe poster). Elevii primesc consultanță individuală (din partea profesorului sau a colegilor).	60 min.	Activitate individuală/ Consultanță individuală

Anexe. Tema 5.9

ANEXA 1. ETAPELE PREZENTĂRII PLANULUI DE AFACERI

SCOP (Ce vă propuneți să faceți în următorii ani?)
OBIECTIVE (Care sunt rezultatele așteptate?)
DESCRIEREA PRODUSULUI/ SERVICIULUI (Ce propune produsul/ serviciul dumneavoastră?)
ANALIZA SWOT (Ce aspecte forte și slabe, oportunități și riscuri are afacerea?)
RESURSELE NECESARE (De câți oameni este nevoie în afacere? De ce am nevoie pentru inițierea afacerii? Care sunt sursele de finanțare a afacerii?)
REZULTATUL AȘTEPTAT (Ce venit voi avea din această afacere? Care va fi profitul?)

ANEXA 2. CRITERII ȘI INDICATORI DE EVALUARE A PREZENTĂRILOR PLANULUI DE AFACERI

CRITERIU	INDICATORI	PUNCTAJ
1. Scop	Este formulat explicit sub forma unei fraze sau câtorva propoziții simple.	1
	Din scopul formulat rezultă clar ideea de afaceri și domeniul de activitate.	1
	În scop se menționează cui îi este destinat produsul/ serviciul și care va fi venitul așteptat.	1
2. Obiective	Obiectivele sunt formulate conform criteriilor SMART.	1
	Sunt formulate cel puțin 3-5 obiective.	2
	Obiectivele formulate vizează diferite aspecte ale afacerii (profit, segment de piață, cheltuieli ș.a.).	2
3. Descrierea produsului/ serviciului	Este specificat ce presupune serviciul/ produsul pe care îl va dezvolta afacerea.	1
	Este menționat care va fi politica de preț.	1
	Este explicat cum va răspunde serviciul/ produsul nevoilor consumatorului.	2
4. Analiza SWOT	Sunt specificate câte cel puțin 3 aspecte relevante pentru afacere în fiecare cadran al graficului.	3
	Aspectele menționate se referă la diferite componente (management, marketing, finanțe ș.a.).	2
5. Resurse necesare	Sunt menționate resursele umane necesare pentru derularea afacerii.	1
	Este menționat necesarul de resurse financiare la etapa de inițiere a afacerii și sursele de proveniență.	2
	Sunt menționate resursele materiale (de capital) necesare inițierii afacerii.	2
6. Rezultat așteptat	Este menționat ce venit va genera afacerea.	2
	Este menționat care va fi profitul.	2
	Este menționat pragul de rentabilitate al afacerii (numărul de unități care trebuie produse pentru a acoperi cheltuielile).	2
	Este specificată perioada de recuperare a investiției.	2
Total:		

Notă	10	9	8	7	6	5	4	3	2
Puncte	30	29–26	25–21	20–16	15–10	9–6	5–4	3–2	1

TEMA 5.10

Evaluarea finală (examen): Prezentarea publică a planului de afaceri

Timp: În funcție de necesitate și de numărul de elevi.

Obiective operaționale: La sfârșitul activității didactice, elevii vor fi capabili:

- să prezinte în public propriul plan de afaceri;
- să poată oferi un feedback constructiv colegilor care prezintă planul de afaceri, dacă sunt prezenți la PPP a acestora.

Metode și tehnici de învățare: conferința de prezentare.

Forme de organizare a activității: prezentare în fața grupului de elevi și experți.

Resurse didactice: fișe cu criteriile de evaluare a planului de afaceri (după modelul prezentat în anexă), planurile de afaceri elaborate de elevi.

Sugestii pentru organizarea examenului:

- Fiecare elev are timp limitat pentru prezentare (7-10 minute). Timpul este estimat în funcție de numărul de elevi.
- Ordinea prezentărilor este stabilită și afișată din timp.
- Se distribuie fișele cu criteriile de evaluare.
- Se colectează notele celor prezenți și sunt utilizate pentru nota finală.

Anexe. Tema 5.10

ANEXA 1. CRITERIILE DE APRECIERE A PLANULUI DE AFACERI

Nr.	Criterii	Posibilități de măsurare	Punctaj	Scor
1.	Descrierea afacerii	a) Date privind forma de înregistrare a afacerii (patentă de întreprinzător, SRL etc.);	1	
		b) Date despre fondatorul afacerii;	1	
		c) Domeniul de activitate;	1	
		d) Analiza SWOT;	1	
		e) Identificarea riscurilor afacerii;	1	
		f) Scopul și obiectivele afacerii.	1	
2.	Descrierea produsului/ serviciului	a) Caracteristicile tehnologice și calitative ale produsului/ serviciului;	1	
		b) Asortimentul de produse/ servicii;	1	
		c) Necesitățile pe care le satisface produsul/ serviciul;	1	
		d) Eventualul ambalaj, design.	1	
3.	Cercetarea și segmentarea pieței (planul de marketing)	a) Raportul dintre cerere și ofertă la produsul/ serviciul dat;	1	
		b) Identificarea potențialilor clienți;	1	
		c) Calcularea mărimii pieței;	1	
		d) Calcularea cotei de piață;	1	
		e) Analiza concurenților;	1	
		f) Amplasarea;	1	
		g) Strategia de promovare.	1	

4.	Planul managerial	a) Descrierea echipei manageriale (a antreprenorului);	1	
		b) Organigrama întreprinderii;	1	
		c) Calcularea necesarului de personal;	1	
		d) Indicarea formei de salarizare;	1	
		e) Calcularea fondului de salariu.	1	
5.	Planul operațional	a) Schema operațională (descrierea procesului tehnologic);	1	
		b) Schema fizică (de amplasare a utilajului);	1	
		c) Necesarul de echipament, spațiu, materie primă, consumabile;	1	
		d) Selectarea furnizorilor;	1	
		e) Calcularea costurilor de echipament, materie primă, consumabile, spațiu, combustibil, energie electrică, apă, gaze etc.;	1	
		f) Spațiul pentru amplasarea afacerii (propriu, închiriat).	1	
6.	Planul financiar	a) Indicarea cheltuielilor de lansare;	1	
		b) Calcularea bilanțului contabil;	1	
		c) Prognozarea veniturilor;	1	
		d) Calcularea fluxului monetar;	1	
		e) Calcularea raportului privind rezultatele financiare;	1	
		f) Calcularea pragului de rentabilitate;	1	
		g) Calcularea perioadei de recuperare a investițiilor;	1	
7.	Structura planului	a) Se respectă logica și coerența.	1	
Total:			36 p.	

Notă	10	9	8	7	6	5	4	3	2
Puncte	36	35-32	31-28	27-24	23-19	18-12	11-6	5-3	2-1

Anexe

Rezultatele succinte ale studiului de marcare a traseului profesional al absolvenților instituțiilor de învățământ profesional tehnic din Republica Moldova

În legile și documentele principale de politici adoptate în țara noastră este indicată clar necesitatea de a dezvolta și promova educația și cultura antreprenorială, inclusiv:

- Documentul principal pentru pregătirea elevilor și studenților la toate nivelurile și ciclurile sistemului de învățământ este **Codul educației al Republicii Moldova**. În Cod, printre cele nouă competențe-cheie pe care este centrat sistemul de învățământ din Republica Moldova începând cu 2014, în calitate de competențe separate sunt indicate *competențele antreprenoriale și spiritul de inițiativă*.
- Direcțiile și acțiunile principale ale politicii de stat în domeniul dezvoltării învățământului profesional tehnic sunt prevăzute în **Strategia de dezvoltare a învățământului vocațional/ tehnic pe anii 2013–2020**. În Planul de acțiuni pentru implementarea acestei Strategii pe anii 2013–2017, unele acțiuni includ elemente ale educației antreprenoriale, în special: *promovarea în instituțiile de învățământ vocațional/ tehnic a cursurilor de antreprenariat etc.*
- **Strategia de dezvoltare a sectorului întreprinderilor mici și mijlocii pentru anii 2012-2020** este documentul principal, în care guvernul prevede direcțiile și acțiunile principale referitoare la susținerea sectorului IMM. În unele dintre acestea este planificată *susținerea specială a unor grupuri de antreprenori, în primul rând, a tinerilor*.
- În iulie 2016 a fost adoptată o nouă **Lege cu privire la întreprinderile mici și mijlocii**, iar articolul 16 din această lege este dedicat în totalitate educației antreprenoriale. În articol se accentuează faptul că *educația antreprenorială este orientată spre dezvoltarea spiritului antreprenorial, care este o competență fundamentală pentru învățare pe tot parcursul vieții și este obligatorie pentru a include în programele de studii și de formare profesională la toate nivelurile*.

În anii 2012–2016, în Republica Moldova au fost realizate o serie de măsuri importante pentru educația antreprenorială a elevilor din instituțiile de învățământ profesional tehnic (ÎÎPT), în special: (1) a fost elaborat și implementat la nivel național Curriculumul la disciplina „Bazele antreprenoriatului” și setul de materiale didactice, anexate lui; (2) disciplina „Bazele antreprenoriatului” este obligatorie în toate instituțiile de învățământ secundar profesional. După patru ani de la inițierea implementării acțiunilor menționate, a apărut necesitatea de a analiza rezultatele și eficiența lor.

Studiul a prevăzut realizarea următoarelor obiective: (i) evaluarea calității și relevanței studierii disciplinei „Bazele antreprenoriatului”; (ii) analiza ocupării/ autoocupării absolvenților ÎÎPT; (iii) identificarea corelației dintre ocuparea/ autoocuparea absolvenților și studierea bazelor antreprenoriatului. Studiul a fost inițiat și organizat de Centrul pentru Educație Antreprenorială și Asistență în Afaceri (CEDA), susținut financiar de Fundația Servicii de Dezvoltare din Liechtenstein (LED).

În procesul cercetării, una dintre metodele de bază a fost chestionarea. Au fost chestionate trei grupuri de respondenți: (i) absolvenți ai ÎÎPT; (ii) cadre didactice, care predau disciplina „Bazele antreprenoriatului”; (iii) angajatori la ale căror întreprinderi activează absolvenți ai ÎÎPT. Chestionarea a fost realizată în luna noiembrie 2016.

ANALIZA REZULTATELOR CHESTIONĂRII ABSOLVENȚILOR

În procesul cercetării au fost chestionați 90 de absolvenți. Analiza eșantionului după sex a arătat că în eșantion au predominat bărbații tineri – 57,8%; respectiv, 42,2% din respondenți au fost femei tinere. Vârsta medie a absolvenților chestionați a constituit 22,3 ani. Relativ mai mulți respondenți (55,6%) au rezidența în localitățile rurale și, respectiv, 44,4% – în localitățile urbane.

Gradul de ocupare

La căutarea unui loc de muncă, absolvenții ÎPT s-au confruntat cu diferite probleme, principalele fiind următoarele: li s-a propus un nivel foarte jos de remunerare a muncii (30,5%); antreprenorii nu sunt interesați să angajeze personal fără experiență de muncă (27,1%); concurența foarte mare pe piața muncii (17,6%); nu au avut suficientă informație despre faptul cum să caute un loc de muncă (10,0%).

Aproape o jumătate (47,6%) din respondenți au indicat că sunt **angajați în cadrul unor întreprinderi private**. Concomitent, o parte suficient de mare din respondenți (39%) au indicat că au inițiat o afacere proprie. Din aceștia, 32,9% au înființat o afacere în care sunt lucrători pe cont propriu, încă 6,1% – au înființat o afacere și angajează salariați. Totodată, o parte dintre absolvenți au indicat că lucrează concomitent ca angajați și au înființat o afacere proprie. Doar 4,9% din respondenți sunt șomeri.

În urma studiului constatăm că peste o jumătate din absolvenții ÎPT (51,2%) **au un loc de muncă al cărui profil nu corespunde studiilor din cadrul instituției de învățământ**. Doar 45,2% din respondenți au un loc de muncă ce corespunde profesiei studiate.

Evaluând piața muncii, aproape o jumătate din respondenți (49,4%) consideră că în Republica Moldova nu există locuri de muncă pentru toți doritorii de a munci. O pondere puțin mai mică a respondenților au un punct de vedere opus: în țară există locuri de muncă pentru toți doritorii de a munci (43,5% din respondenți).

2/3 din respondenți (68,2%) **au nevoie de cunoștințe suplimentare pentru dezvoltarea carierei personale**; doar 19,3% nu au nevoie de noi cunoștințe.

Specificând referitor la cunoștințele de care au nevoie, respondenții au indicat următoarele:

- să studieze mai detaliat unele direcții de activitate, în primul rând contabilitatea, marketingul, antreprenoriatul etc.;
- să acorde o atenție deosebită activității practice și explicării amănunțite a fiecărui pas;
- să studieze mai detaliat actele normative și materialele de studiu în domeniul de activitate ales.

Cea mai mare parte a respondenților (66,3%) **nu au muncit niciodată în afara țării**, iar 1/3 din cei chestionați (33,7%) au reușit să muncească în străinătate. Dintre cei care au avut deja o experiență de muncă în străinătate, mai mult de jumătate au lucrat în Rusia (56,7%), iar câte 10,0% dintre respondenți – în România și Turcia. Din respondenții care au muncit în străinătate, 80,8% **nu au fost angajați conform profesiei/ specialității obținute**.

Privitor la **planurile absolvenților referitoare la migrația de muncă sau emigrare**, majoritatea dintre ei nu intenționează să meargă la muncă în străinătate (55,8%) sau să emigreze (61,6%). Cu toate acestea, 22,1% se gândesc la plecarea în altă țară pentru muncă; 18,6% – în scopul de a emigra.

Disciplina „Bazele antreprenoriatului”

Absolvenții ÎPT au avut posibilitatea să aprecieze **importanța fiecăruia dintre cele 5 module ale disciplinei „Bazele antreprenoriatului” pentru cariera personală**. În ansamblu, importanța tuturor modulelor a fost apreciată destul de înalt. Este relativ mare ponderea respondenților, care au indicat „importanță mare” pentru modulele „Planificarea unei afaceri” (91,2%) și „Finanțarea și evidența activității antreprenoriale” (82,5%). Mai mică este ponderea celor care au indicat „importanță mare” pentru modul „Elemente de management și gestionarea riscurilor”; 1,2% au apreciat acest modul ca având o „importanță mică”.

În opinia respondenților, disciplina a fost „utilă în mod semnificativ” pentru majoritatea dintre ei. Cei mai mulți respondenți au indicat ca fiind „utile în mod semnificativ” cunoștințele, care pot fi utilizate pentru inițierea propriei afaceri, în special, pentru a răspunde la următoarele întrebări: *cum se inițiază o afacere proprie?* (91,4%); *Cum se elaborează un plan de afaceri?* (90,1%); *Cum se gestionează banii într-o afacere proprie?* (85,2%). O parte relativ mai mică din absolvenții chestionați au indicat ca fiind „utilă în mod semnificativ” obținerea cunoștințelor pentru „căutarea unui loc de muncă” (55,0%).

Absolvenții au avut posibilitatea să-și exprime opinia referitor la îmbunătățirea disciplinei „Bazele antreprenoriatului”. În 1/3 din toate răspunsurile s-a indicat că „totul e bine”. Printre propunerile de îmbunătățire, mai frecvent au fost indicate următoarele:

- a pune un accent mai mare pe activități practice, inclusiv pe organizarea lecțiilor cu antreprenorii;

- a acorda mai multă atenție noilor metode, precum simularea activităților antreprenoriale, lucrul în grup sau utilizarea exemplor de succes ale foștilor cursanți.

Unii respondenți au indicat asupra raționalității:

- a atrage profesori mai calificați;
- a organiza cursuri separat în limbile română și rusă;
- a organiza seminare pentru tinerii antreprenori.

Dezvoltarea carierei antreprenoriale

Din numărul total de respondenți, 39% au înființat o afacere proprie sau au devenit lucrători pe cont propriu/ autoangajați. Totodată, o parte dintre ei activează, concomitent, și ca salariați.

Absolvenții ÎIPT au indicat că diferite persoane și/sau alți factori i-au încurajat să înființeze o afacere proprie. Printre astfel de persoane cel mai frecvent (42,0%) au fost amintite familia, rudele apropiate. Fiecare al cincilea respondent (20,0% din eșantion) a menționat că profesorii instituției de învățământ i-au încurajat să înființeze o afacere. Importante au fost, de asemenea, exemplele persoanelor din anturaj, care au o afacere (16,0%).

Disciplina „Bazele antreprenoriatului” a influențat semnificativ asupra deciziei elevilor de a se ocupa de afaceri, acest lucru a fost indicat de 78,8% din respondenții care au inițiat propria afacere. Pentru 15,2% influența acestei discipline a fost nesemnificativă (6,1%) sau chiar nulă (9,0%).

Afacerile înființate de absolvenți, în majoritatea cazurilor (77,4%), nu sunt înregistrate.

Tinerii antreprenori, explicând **motivele pentru care nu și-au înregistrat afacerile**, au menționat, în primul rând, ratele ridicate de impozitare sau cifra de afaceri/ veniturie/ profiturile mici, ceea ce face neprofitabilă înregistrarea oficială a afacerilor. În mod direct sau indirect acest lucru a putut fi observat în majoritatea răspunsurilor. Doar un singur respondent a răspuns prin *Lipsa resurselor financiare pentru înregistrarea afacerii*.

Estimând eficiența afacerii lor, majoritatea absolvenților-antreprenori (71,8%) au menționat că veniturile din propria afacere le permit, într-o anumită măsură, să se întrețină. Doar 9,4% din respondenți pot să se întrețină total din contul afacerii, iar 18,8% dintre ei nu pot nici măcar parțial să se întrețină din veniturile obținute din afacerea desfășurată.

Absolvenții care se ocupă de antreprenoriat au fost întrebați **ce îi împiedică cel mai mult să dezvolte afacerea proprie**. Cel mai frecvent, respondenții au menționat lipsa surselor financiare. Printre alte obstacole se numără: insuficiența de personal calificat; situația economică generală din țară; piața internă mică și concurența mare; experiență mică în domeniu; problemele în afaceri, cauzate de accesul limitat la resurse (lipsa utilajelor, spațiilor, materia primă scumpă), precum și de condițiile nefavorabile ale mediului de afaceri, legate de legislație, ratele ridicate ale impozitării, activitatea administrației publice locale.

Analizând **perspectivele afacerii peste 1 an și peste 5 ani**, mulți respondenți au menționat intenția de a dezvolta/ extinde propria afacere. Circa 48,6% din respondenți văd realizabilă această perspectivă peste un an, iar și mai mulți respondenți (60,6%) contează pe perspectiva creșterii afacerii proprii în termen de 5 ani. Perspectiva de a închide propria afacere peste un an o văd 5,7% din respondenți.

Respondenții **și-au expus părerea vizavi de susținerea de care au nevoie**. În primul rând, a fost menționată nevoia de resurse financiare (37,5%). Într-o măsură mai mică, dar de asemenea destul de importantă, s-a dovedit a fi nevoia de informație (20,0%), consultanță (15,8%) și instruire (13,3%).

Majoritatea respondenților (66,7%) nu cunosc nimic despre existența organizațiilor care pot oferi o asemenea susținere.

ANALIZA REZULTATELOR CHESTIONĂRII CADRELOR DIDACTICE

În procesul cercetării au fost chestionate 14 cadre didactice care predau disciplina „Bazele antreprenoriatului” în ÎIPT.

Toate cadrele didactice au afirmat că introducerea disciplinei „Bazele antreprenoriatului” în ÎIPT este rezonabilă. Curriculumul a fost apreciat la *nivel înalt* de 78,6% din cadrele didactice. Conținutul materialelor didactice și principalele module ale disciplinei au fost considerate la *nivel înalt și mediu*. Principalele module ale disciplinei „Bazele antreprenoriatului” au fost apreciate la *nivel înalt* în următoarea ordine:

- Marketingul afacerii (92,9%);
- Planificarea unei afaceri (85,7%);
- Elemente de management și gestionarea riscurilor (78,6%);
- Antreprenoriatul – o opțiune de carieră profesională (57,1%);
- Finanțarea și evidența activității antreprenoriale (42,9%).

Principalele propuneri ale cadrelor didactice privind îmbunătățirea setului de materiale didactice se referă la necesitatea de a revizui modulul „Finanțarea și evidența activității antreprenoriale”. În primul rând, s-a avut în vedere simplificarea sau excluderea unor teme ce țin de contabilitate, conturile contabile, bilanțul contabil.

Propunerile unor cadre didactice s-au referit, de asemenea, la:

- introducerea în materialele didactice a unei abordări mai concrete privind modulul „Antreprenoriatul – o opțiune de carieră profesională”, inclusiv includerea unor exemple de succes;
- introducerea unor teme cu privire la corespunderea calității produselor și serviciilor din Republica Moldova la standardele europene, precum și la alte aspecte legate de integrarea pe piața de desfacere europeană.

Cadrelor didactice au fost întrebate cu ce probleme s-au confruntat în procesul predării disciplinei „Bazele antreprenoriatului”. Dificultățile indicate s-au referit la următoarele aspecte:

- Unele teme sunt complicate pentru elevi, în primul rând, cele ce se referă la termenii de contabilitate (bilanț contabil, conturi contabile), precum și la formarea prețurilor, venituri, cheltuieli și formele organizatorico-juridice.
- Cadrelor didactice nu au suficiente cunoștințe pedagogice care țin de aplicarea diferitor metode de predare, în special, pentru evaluarea elevilor, utilizarea exemplurilor practice la temă, sporirea interesului elevilor față de disciplină.
- Dotarea unor cabinete la disciplina dată cu mijloace necesare este insuficientă – se simte lipsa de manuale, caiete de sarcini pentru elevi.

În ceea ce privește susținerea de care au nevoie cadrele didactice pentru a îmbunătăți predarea disciplinei, răspunsurile au putut fi grupate în trei categorii, din care rezultă trei tipuri de măsuri de susținere:

1) Dezvoltarea bazei materiale, în special:

- îmbunătățirea dotării cu calculatoare și crearea cabinetelor specializate, asigurate cu calculatoare și mobilier corespunzător;
- îmbunătățirea asigurării cu materiale didactice, în primul rând, pentru elevi – cu manuale (ce ar conține exemple practice la temă, atât naționale, cât și internaționale), caiete de sarcini etc.

2) Îmbunătățirea suportului informațional, pentru soluționarea problemelor practice de inițiere a afacerii (acte normative, pachetul de acte contabile necesare pentru activitatea întreprinderii, metode de elaborare a planului de afaceri), inclusiv pentru instituțiile de învățământ. A fost propusă varianta de realizare a suportului informațional prin inițierea unui portal informațional.

3) Organizarea trainingurilor și seminarelor cu experți, în care ar fi de dorit să se acorde atenție la:

- îmbunătățirea metodelor de predare a disciplinei, în primul rând, aceasta se referă la Conturile contabile; prezentarea de studii de caz și exemple concrete; actualizarea informației ce ține de cotele de impozitare;
- familiarizarea cu metodele de organizare a procesului de predare, în special, proiectarea orelor;
- intensificarea orientării practice a orelor, inclusiv prin implicarea agenților economici în colaborarea cu școlile profesionale.

Cadrelor didactice li s-a propus să-și expună opinia referitor la **măsura în care organizarea în instituția de învățământ a unor activități antreprenoriale – producerea și comercializarea, cu implicarea elevilor, a produselor/ serviciilor în corespundere cu profilul instituției de învățământ – ar duce la diverse rezultate, atât pozitive, cât și negative.** Printre rezultatele pozitive posibile, o mare parte din respondenți au menționat **Creșterea atractivității instituției de învățământ** (85,7% au indicat că rezultatul se va manifesta în mare măsură) și **Consolidarea competențelor antreprenoriale ale elevilor** (50,0%). Doar 35,7% din respondenți

au menționat *Consolidarea competențelor profesionale ale elevilor* și 30,8% – *Venituri suplimentare pentru persoanele implicate*. Dar 46,2% din cadrele didactice au constatat că un astfel de rezultat (venituri suplimentare) este complicat să fie apreciat.

Eventualele rezultate negative n-au fost considerate drept semnificative: niciunul dintre respondenți nu a indicat că *în mare măsură* ar putea să apară *probleme și sarcini suplimentare nedorite pentru colectiv și conflicte în colectiv din cauza mijloacelor financiare suplimentare*. Deși, din nou, probabilitatea realizării ultimului scenariu nu le este destul de clară respondenților (42,9% din respondenți au indicat: *greu de răspuns*).

Astfel, de aici putem face o concluzie: un număr suficient de mare de cadre didactice nu au o înțelegere clară a beneficiilor și constrângerilor legate de introducerea în instituția de învățământ a unor activități antreprenoriale: aproape o jumătate din respondenți (46,2%) au răspuns la unele întrebări cu *greu de răspuns*.

ANALIZA REZULTATELOR CHESTIONĂRII ANGAJATORILOR

În cadrul acestui studiu s-a realizat chestionarea a 13 angajatori.

Absolut toți respondenții au afirmat că sunt pregătiți să **coopereze mai strâns cu instituțiile de învățământ profesional tehnic** pentru îmbunătățirea procesului de pregătire profesională a cadrelor.

Analizând **formele de cooperare ce ar fi prezentat interes pentru întreprinderi/ angajatori**, s-a putut observa că cei mai mulți s-au referit la *oferirea locurilor de muncă pentru desfășurarea practicii de producere a elevilor – fără remunerarea muncii* (61,5%) și *incadrarea în câmpul muncii a absolvenților* (53,8%).

Angajatorii au exprimat *interes mare și față de organizarea excursiilor pentru elevi la întreprindere, inclusiv întâlniri cu muncitorii, familiarizarea cu utilajele moderne* (46,1%); *participarea la examenele de calificare profesională* (41,7%); *oferirea locurilor de muncă pentru desfășurarea practicii de producere a elevilor – cu remunerarea parțială sau integrală a muncii* (38,4%).

Un număr mai mic de angajatori au exprimat *interes mare față de sponsorizare* (8,3%) și s-au expus pentru *participare la elaborarea planurilor de învățământ și de producție ale instituțiilor de învățământ profesional tehnic* (23,1%).

Aceste rezultate denotă că antreprenorii sunt interesați într-o măsură mai mică:

- (a) să investească resurse în activitatea ÎIPT sau în unii elevi (remunerând munca acestora în cadrul practicii de producție);
- (b) să se implice în procesul de învățământ – la elaborarea planurilor de învățământ sau participarea la examenele de calificare profesională.

Într-o măsură mai mare, angajatorii sunt interesați să *ofere locuri de muncă pentru desfășurarea practicii de producere (fără remunerarea muncii)* și să *încadreze absolvenți în câmpul muncii*.

Opinia antreprenorilor vizavi de raționalitatea faptului că instituția de învățământ, pe lângă pregătirea profesională a elevilor, trebuie să fie angajată și în activități antreprenoriale – producerea și comercializarea produselor/ serviciilor, cu implicarea elevilor – a fost dispersată. Un anumit număr de respondenți (46,2%) au indicat că ar fi rațional, iar 38,5% – au declarat că acest lucru nu este binevenit.

PROPUNERI BAZATE PE REZULTATELE OBTINUTE ȘI CONCLUZII

A) Propuneri referitoare la activitatea cadrelor didactice implicate în predarea disciplinei „Bazele antreprenoriatului”:

A acorda o atenție sporită următoarelor module și teme ale disciplinei:

- Modulul „Finanțarea și evidența activității antreprenoriale”, a cărui importanță elevii au apreciat-o mai înalt decât cadrele didactice. Cauza acestui fapt poate fi lipsa cunoștințelor de profil la o parte din cadrele didactice, ceea ce este o precondiție pentru înțelegerea și explicarea unor teme economice și financiare incluse în curriculum. O complexitate deosebită o au problemele legate de evidența contabilă și completarea rapoartelor financiare. Soluția ar trebui să prevadă o revedere a modulului în scopul completării lui cu mai multe exemple practice, precum și o perpetuare a ofertei de instruire inițială pentru profesori la acest modul și a disciplinei în întregime.

- Modulul „Elemente de management și gestionarea riscurilor” prezintă un interes relativ mai mic pentru elevi. Cauza posibilă a acestui fapt – utilizarea unor metode de predare insuficient de eficiente. Soluția ar fi să se aplice metode noi, care ar permite să li se demonstreze elevilor importanța managementului resurselor umane și minimizării riscurilor. Elevilor trebuie să li se explice că individul-angajat al întreprinderii este principala resursă în economia modernă.
- Importanța temelor legate de descrierea produsului, procesul tehnologic nu este conștientizată pe deplin de elevi. Cauza posibilă a acestui fapt ar fi lipsa cunoștințelor/ competențelor profesionale speciale la cadrele didactice, referitoare la tehnologia și utilajele pe profilul de studiu. Elevii primesc aceste cunoștințe în cadrul altor discipline care formează competențele lor profesionale. În acest context, este important ca acele cadre didactice care predau disciplina „Bazele antreprenoriatului” și alte obiecte speciale (pe profilul de studiu), să activeze în strâns contact/ în cooperare cu colegii din instituția respectivă, aprofundând astfel propriile cunoștințe și ajutând și elevii.

A utiliza metode mai moderne de predare și informația inițială:

- A pune un accent mai pronunțat pe orientarea practică a educației (acest lucru a fost menționat și de elevi, și de cadrele didactice, și de angajatori). Spre exemplu, se explică procedura de înregistrare a afacerii, elevii sunt învățați să lucreze cu legea, să intre pe pagina Web a Camerei Înregistrării de Stat, să descarce de sine stătător și să completeze documentele necesare; dacă apar întrebări, ei trebuie să fie ajutați să găsească pe internet organizații și persoane care pot acorda suportul necesar.
- A utiliza mai frecvent la lecții exemple practice, „vii”, din regiunea/ localitatea respectivă, pentru a ilustra tezele teoretice. În acest scop, este important să fie invitați la lecții practicieni (antreprenori, membri activi ai asociațiilor profesionale și de afaceri, reprezentanți ai organelor administrației publice locale), care și-ar împărtăși experiența proprie de formare a carierei, ar vorbi despre metodele de depășire a barierelor, succesele obținute. Se recomandă să fie invitați la lecții tinerii antreprenori – absolvenți ai școlilor profesionale, care au obținut succes. Aceasta le-ar permite elevilor ÎIPT să înțeleagă în ce mod tineri ca ei au izbutit să înființeze o afacere în mediul de afaceri actual, cu ce probleme s-au confruntat aceștia și cum le-au soluționat.
- A organiza excursii la întreprinderile din raion/ localitate, a căror activitate corespunde profilului de studiu al instituției de învățământ. La întreprinderi, a-i familiariza pe elevi cu organizarea procesului tehnologic și cu utilajul, a le da posibilitate să pună întrebări angajaților întreprinderii și managerilor.
- A implica mai activ elevii în procesul de învățare, făcându-l comun – profesorul apare mai mult în calitate de moderator/ mentor. A utiliza mai des astfel de metode ca simularea activității antreprenoriale, lucrul în grup, exemple de succes.
- A actualiza permanent informația prezentată în setul de materiale didactice, ținându-se cont de modificările din legislație, de ratele de impozitare, altă informație importantă.
- A crea o hartă cu legile principale, documentele de politici și actele normativ-juridice care reglementează activitatea antreprenorială în țară. A avea formele registrelor principale de evidență contabilă și de raportare, precum și lista organizațiilor de susținere a afacerilor, care pot acorda suportul necesar tinerilor antreprenori.
- A învăța elevii să utilizeze internetul pentru studierea bazelor antreprenoriatului și pentru activitatea antreprenorială ulterioară. A le explica faptul că disponibilitatea informației în prezent le permite să găsească finanțare, să-și îmbunătățească competențele/ calificarea, să obțină consiliere și alte tipuri de suport. Profesorii trebuie să aibă o bază de date cu adresele electronice ale paginilor Web de unde elevii pot obține acces la cele mai importante documente și instituții de susținere a afacerilor.

A acorda o atenție mai mare formării unor astfel de calități și competențe ale elevilor precum:

- Dorința de a lucra, sinceritate, deținerea competențelor profesionale, responsabilitate, autocontrol, calități etice. Este important să li se explice elevilor (în cifre) care este rolul impozitelor plătite de întreprinderi în bugetul de stat, precum și unde sunt direcționate aceste sume (educație, medicină, indemnizații pentru nevoiași etc.). Elevii trebuie să înțeleagă cât de valoroasă este reputația antreprenorului, precum și a oricărui cetățean, inclusiv activitatea legală atât în calitate de angajat, cât și în calitate de autoangajat sau inițiind propria afacere.

- Spiritul antreprenorial, inițiativa și inovativitatea în activitate și în viață, fără care în prezent nu este posibilă o carieră de succes. Cu referire la afaceri, e de menționat că inovațiile sunt principalul factor de creștere a competitivității pe termen lung.
- Competențele de utilizare a internetului pentru dezvoltarea competențelor profesionale și antreprenoriale personale, iar ulterior – pentru înființarea afacerilor.

A organiza pentru elevi, pe bază de voluntariat, seminare ale tinerilor antreprenori.

A se angaja permanent în dezvoltarea profesională continuă – independent și în cadrul trainingurilor, organizate de diverse instituții (Ministerul Educației, ODIMM, CEDA etc.).

A le explica elevilor că aceste competențe obținute pot fi utilizate nu doar pentru dezvoltarea afacerilor, ci și pentru realizarea altor scopuri vitale, în activitatea de muncă și socială (spre exemplu, la formarea bugetului familiei; în dezvoltarea carierei profesionale etc.).

B) Propuneri referitoare la activitatea conducătorilor/ managerilor ÎIPT:

- A le explica cadrelor didactice noile posibilități și avantaje, legate de reforma sistemului de învățământ, în special de posibilitatea de a organiza în ÎIPT activități antreprenoriale – producerea și comercializarea produselor/ serviciilor, cu implicarea elevilor, în corespundere cu profilul instituției de învățământ.
- A invita cadre didactice mai pregătite din universități și colegii pentru promovarea unor lecții deschise (sau cursuri de scurtă durată) în domeniul antreprenoriatului pentru elevii și cadrele didactice din ÎIPT.
- A găsi posibilități financiare pentru dezvoltarea bazei materiale, în special, pentru: (a) îmbunătățirea dotării cu calculatoare; crearea cabinetelor specializate, inclusiv pentru disciplina BA, asigurate cu calculatoare și mobilier; (b) îmbunătățirea asigurării cu materiale didactice, inclusiv a elevilor – cu manuale, caiete de sarcini etc.
- A implica mai activ agenții economici în colaborarea cu școlile profesionale, deoarece angajatorii conștientizează importanța unei asemenea colaborări pentru afacerile lor. Aceasta ar permite sporirea nivelului de pregătire profesională a elevilor, astfel încât competențele lor să corespundă mai bine necesităților viitorilor angajatori.
- A acorda o atenție mai mare climatului psihologic din colectiv, chiar dacă relațiile dintre conducerea instituției de învățământ și cadrele didactice par a fi destul de bune pentru conducători.

C) Propuneri referitoare la activitatea instituțiilor de susținere care cooperează cu ÎIPT:

- La elaborarea programelor este necesar să se ia în considerare elevii ÎIPT în calitate de grup-țintă, care are nevoie de dezvoltarea competențelor profesionale și antreprenoriale și de suport la lansarea afacerilor. În prezent, mulți absolvenți nu cunosc nimic despre existența instituțiilor care le-ar putea oferi suportul necesar.
- La organizarea trainingurilor și seminarelor pentru (potențialii) tineri antreprenori – elevi și absolvenți ai ÎIPT – trebuie să fie luate în considerare particularitățile activității antreprenoriale a sectoarelor, în care aceștia au competențe profesionale și experiență de muncă.
- În procesul de perfecționare a cadrelor didactice, în timpul trainingurilor și seminarelor, este binevenit să se acorde atenție următoarelor factori: (a) utilizarea metodelor moderne de predare a disciplinei „Bazele antreprenoriatului”; (b) studierea mai aprofundată a problemelor ce țin de evidența contabilă și finanțe; (c) actualizarea informației, referitoare la legislație, schimbarea cotelor de impozitare; (d) studierea problemelor metodice de organizare a procesului de predare și evaluare.

D) Propuneri referitoare la activitatea organelor administrației publice care reglementează problemele în domeniul educației și afacerilor, inclusiv IMM:

- A promova ideea și necesitatea unei cooperări strânse în toate formele posibile dintre ÎIPT și întreprinderi. A amplifica contactele cu angajatorii pentru a le explica că este în interesul lor să participe la îmbunătățirea formării profesionale a elevilor din ÎIPT.

- A reveni la problema pregătirii inițiale a cadrelor pentru predarea disciplinei „Bazele antreprenoriatului”. O soluție optimală ar fi introducerea acestui obiect în universități la specialitățile orientate spre pedagogie.
- A consolida sistemul de formare continuă a cadrelor didactice implicate în predarea disciplinei „Bazele antreprenoriatului”. A lua în considerare faptul că în prezent unii profesori din ÎIPT care predau această disciplină nu au studii economice, în timp ce alții au cunoștințe pedagogice insuficiente.
- A revizui curriculumul și a mări numărul de ore în cadrul disciplinei „Bazele antreprenoriatului”, ceea ce ar permite includerea unui număr relativ mai mare de teme și aprofundarea în cazul unor tematici (în special, elaborarea planurilor de afaceri, contabilitate și raportare, corespunderea standardelor de calitate a producției și serviciilor din Republica Moldova și pe piețele externe etc.).
- La revizuirea setului de materiale didactice:
 - referitor la modulul *Finanțarea și evidența activității antreprenoriale*, a simplifica expunerea materiei, făcând-o mai accesibilă pentru elevi (în primul rând, bilanțul contabil, conturile contabile, formarea prețurilor, veniturile și cheltuielile);
 - referitor la modulele *Antreprenoriatul – o opțiune de carieră profesională și Elemente de management și gestionarea riscurilor*, a include exemple concrete și cazuri de succes.
- A păstra posibilitatea pentru antreprenorii începători de a utiliza forme simplificate de activitate antreprenorială fără crearea întreprinderilor – prin intermediul patentelor de întreprinzător sau al altor forme juridice simple.
- A asigura accesul cadrelor didactice din ÎIPT și al elevilor la documentele metodice necesare pe site-ul Ministerului Educației. În prezent, deși textele curriculumului și setul de materiale didactice sunt ușor de găsit pe paginile Web ale organizației neguvernamentale CEDA, pe site-ul Ministerului Educației curriculumul la disciplina „Bazele antreprenoriatului” este destul de greu de găsit, iar setul de materiale pentru cadrele didactice și elevi nu au putut fi găsite.

Studiul a fost realizat în cadrul proiectului **Activitatea de instruire în domeniul antreprenoriatului și angajării în câmpul muncii (MEEETA)** și cu suportul financiar al Fundației Liechtenstein Development Service (LED Moldova).

Realizatorii studiului: Elena Aculai
Silvia Bicenno

Ianuarie 2017

Jocuri didactice cu blocuri din lemn, aplicate la disciplina „Bazele antreprenoriatului”

Autor: Nicolae Crețu

Conținut:

Introducere	177
Ce dezvoltă jocurile cu blocuri din lemn?	177
<i>Blocurile din lemn (jocurile) contribuie la dezvoltarea încrederii în forțele proprii</i>	177
<i>Blocurile din lemn (jocurile) contribuie la dezvoltarea creativității</i>	177
<i>Blocurile din lemn (jocurile) contribuie la dezvoltarea abilităților sociale</i>	178
<i>Blocurile din lemn (jocurile) contribuie la creșterea eficienței procesului de învățare</i>	178
Top 10 lucruri care contribuie la dezvoltarea gândirii critice, dacă procesul educativ are la bază aplicarea jocurilor	178
Activități și jocuri cu ajutorul blocurilor din lemn	179
Modulul 1. Antreprenoriatul – o opțiune de careiră	179
Prin intermediul acestui joc, se vor accentua caracteristicile-cheie necesare unui lider de echipă în procesul de rezolvare a unei situații-problemă	179
„Răul și crocodili”	179
„Identificarea ideilor de afaceri”	179
„Valorile-sursă de avantaje competitive”	180
Modulul II. Elementele de management și gestionarea riscurilor	180
Aspecte generale privind gestionarea unei afaceri: „Cel mai înalt turn”	180
Organizarea și coordonarea unei activități antreprenoriale 1. Schițarea procesului de producere cu ajutorul blocurilor din lemn	180
Organizarea și coordonarea unei activități antreprenoriale 2: „Câmpul minat”	181
Motivarea angajaților: „Copiază turnul”	182
Modulul III. Finanțarea și evidența activității antreprenoriale	183
Capitalul necesar pentru lansarea afacerii	183
Jocuri de formare a comunității de învățare: „Turnul echipei”	183

INTRODUCERE

Ce dezvoltă jocurile cu blocuri din lemn?

Blocurile din lemn (jocurile) contribuie la dezvoltarea încrederii în forțele proprii.

Realizarea sarcinilor complexe cu ajutorul blocurilor din lemn ajută la crearea impresiei că sarcina este mai simplă și chiar contribuie cu adevărat la simplificarea acesteia. De exemplu, atunci când tinerii sunt rugați să construiască schema operațională a propriei idei de afaceri în așa fel încât fiecare proces să fie reflectat, de la procurarea materiei prime până la comercializare, sarcina se aseamănă mai degrabă cu un joc de construcție a propriei întreprinderi, dar, în același timp, se utilizează termenii relevanți pentru descrierea procesului operațional.

Blocurile din lemn (jocurile) contribuie la dezvoltarea creativității.

Entuziasmul cu care se implică tinerii în jocurile didactice, grație unei atmosfere relaxante care se creează, îi determină să analizeze propria afacere (sau propriul comportament) din diferite perspective și să aibă o atitudine creativă față de identificarea soluțiilor noi/ alternativelor.

Blocurile din lemn (jocurile) contribuie la dezvoltarea abilităților sociale.

Jocurile de echipă – anume cele care au la bază soluționarea problemelor – contribuie la dezvoltarea abilităților de colaborare cu colegii, dezvoltă abilitățile de soluționare a conflictelor, abilitățile de lider etc.

Blocurile din lemn (jocurile) contribuie la creșterea eficienței procesului de învățare.

Cercetările demonstrează că activitățile de învățare asociate cu mișcările fizice accelerează procesele cognitive, declanșează emoții care fac procesul de învățare mai interesant și mai durabil.

TOP 10 LUCRURI CARE CONTRIBUIE LA DEZVOLTAREA GÂNDIRII CRITICE, DACĂ PROCESUL EDUCATIV ARE LA BAZĂ APLICAREA JOCURILOR

1. Structurarea pașilor de joc va contribui la structurarea etapelor/ proceselor de gândire.

Organizați jocurile respectând următorul algoritm: a) căutarea de soluții; b) realizarea/ testarea soluțiilor; c) analiza reușitei/ impactului sau efectului soluțiilor și modului de comunicare în echipă.

2. Soluționarea de probleme contribuie la dezvoltarea gândirii critice. Organizați jocuri în care tinerii vor căuta să rezolve anumite probleme (situații de problemă). Specificul gândirii critice implică identificarea a cel puțin două soluții bune pentru orice situație de problemă, acesta fiind un instrument eficient de evitare a stereotipurilor. (Cuvinte-cheie care se utilizează: *problemă, soluții, opțiuni, alternative, situație, context, problematizare, viziune, durabilitate* etc.) Atunci când tinerii caută soluții, va trebui să-i îndemnați să nu se oprească la prima modalitate de rezolvare identificată, ci să găsească cel puțin două soluții la fel de bune.

3. Capacitatea de a formula întrebări. Pentru a lua decizii sau pentru a identifica soluții de alternativă, un gânditor critic are nevoie să se informeze foarte bine. Capacitatea de a formula întrebări este un instrument cognitiv eficient în colectarea de informații. Astfel, tinerii sunt îndemnați să formuleze cât mai multe întrebări atunci când se prezintă condițiile jocului.

4. Capacitatea de a face presupuneri (prognoze) și verificarea gradului de realizare a presupunerilor contribuie la dezvoltarea gândirii critice. (*Ipoteza* este o idee care poate fi, și trebuie să fie, verificată.) Tinerii vor fi încurajați să facă presupuneri în privința condițiilor jocului, să planifice modul în care vor realiza jocul etc.

5. Lucrul în echipă (comunicarea în echipă, discuții în echipă, soluționare de probleme în cadrul echipei) contribuie semnificativ la dezvoltarea gândirii critice. (Cuvinte-cheie care se utilizează: *echipă, rol, discuție, dezbateri, ascultare, întrebări, respect, deschidere, susținere* etc.)

6. Timp. Pentru aplicarea gândirii critice (aplicarea proceselor cognitive) este nevoie de timp. Astfel, atunci când sunt formulate sarcini și întrebări, se oferă timp pentru gândire. Se cere o indulgență deosebită față de tinerii mai înceți, pentru că tentația de a răspunde singur sau a oferi cuvântul altor tineri este foarte mare. Majoritatea elevilor au nevoie de 8-12 secunde pentru a procesa și a răspunde la o întrebare ce implică aplicarea gândirii critice (Brown & Kelley).

7. Capacitatea de a face concluzii (de a învăța din experiența proprie). Un gânditor critic nu comite de două ori aceeași greșeală. Fiecare experiență/ situație de învățare este încununată cu întrebări și sarcini de reflecție: *ce ați învățat din activitate? Cum se putea face mai bine, mai repede, mai sigur? Cum veți proceda data viitoare? Ce veți face diferit? Ce alte soluții mai pot fi?* etc.

8. Argumentează propria părere. Tinerii răspund la întrebarea: *de ce...?* Este important să fie încurajați să-și argumenteze răspunsurile/ poziția.

9. Descoperirea de sine stătător. Gândirea critică presupune organizarea activităților astfel încât tinerii să descopere informația de sine stătător/ individual. Totodată, profesorul îi poate ajuta pe parcursul descoperirii punând întrebări. Tinerii ar putea construi de zeci de ori un turn, până când vor descoperi ei înșiși de ce acesta nu este suficient de stabil. Drept urmare, ar experimen-

ta o soluție descoperită de ei. Nivelul de dezvoltare a gândirii critice este mai mare atunci când se învață prin metoda tatonării (încercare-eroare) sau a experimentării.

10. Studiile de caz (situații de problemă). Studiile de caz sunt mai complexe decât problemele tradiționale, pentru că nu au un singur răspuns corect, nu oferă toată informația necesară pentru rezolvarea situației și tinerii sunt nevoiți să întrebe, să caute etc. Un caz ar putea prezenta și informații/ date eronate, care trebuie verificate de tineri. Studiile de caz se pot realiza în baza unor povești/ istorii reale sau situații simulate (de exemplu: *Râul cu crocodili*).

ACTIVITĂȚI ȘI JOCURI CU AJUTORUL BLOCURILOR DIN LEMN

MODULUL I. ANTREPRENORIATUL – O OPȚIUNE DE CARIERĂ

Prin intermediul acestui joc, se vor accentua caracteristicile-cheie necesare unui lider de echipă în procesul de rezolvare a unei situații-problemă.

„Râul cu crocodili”

Pregătire: În mijlocul sălii se marchează, cu ajutorul unei benzi adezive sau al unei funii, „malurile unui râu”. Distanța dintre „maluri” este de 3-4 metri.

Sarcină explicată de cadrul didactic: „Noi cu toții suntem o echipă de turiști care călătoresc pe continentul African. Ce animale locuiesc în Africa? Da, în călătoria noastră am întâlnit lei, zebre ș.a. La un moment dat, am ajuns la râul Nil. Cum credeți, ce animale am putea vedea în acest râu? (*Crocodili*.) Râul este plin de crocodili, iar noi trebuie să trecem pe partea cealaltă pentru că de acolo ne vom îndrepta spre oraș. Cum putem trece râul? Cineva dintre călători va avea câteva plute mici – plutele sunt foarte puternice, dar foarte mici (*blocuri din lemn*). Aveți la dispoziție 15 plute pentru a trece râul. Aveți grijă, dacă călcați alături de plută, vă va mânca crocodilul. Aveți 5 minute să discutați cum veți trece râul fără a pune mâna pe plută”.

- Profesorul repartizează cele 15 „plute” echipei și le permite elevilor să încerce „să treacă râul”. Atunci când cineva dintre elevi calcă alături de „plută”, profesorul îl atenționează: „Ai fost mâncat de crocodil!” Cei „mâncați de crocodil” se adună la o parte. Se fac mai multe încercări „de a trece râul”, astfel încât toți să rămână „în viață”.
- În momentul în care niciun picior nu este pe „plută” (adică pe blocurile din lemn), aceasta este „luată de apă” (profesorul o ia), astfel încât tot mai puține „plute” rămân în joc, iar sarcina de a traversa râul devine tot mai complicată.

Debriefare:

- Cât de dificil a fost să traversați râul? De ce?
- Care a fost soluția identificată? Cum v-ați ajutat unii pe alții?
- Cine a jucat rolul de lider? De ce?
- Care sunt caracteristicile-cheie ale unui lider?

Variante ale jocului: Dacă nu este niciun picior pe „plută”, atunci aceasta este „dusă de apă” și astfel rămân mai puține „plute”. Grupul poate fi împărțit în două echipe care se întrec (timpul este cronometrat). Sau: timpul de trecere poate fi măsurat pentru întreaga echipă și atunci când se repetă jocul se încearcă doborârea recordului stabilit anterior. Se poate micșora numărul de plute oferit echipei, astfel încât sarcina să devină mai dificilă/ complexă.

„Identificarea ideilor de afaceri”

Pregătire: Tinerii sunt împărțiți în echipe – fiecare echipă primește câte un set de blocuri.

Sarcină pentru echipe: Timp de 10 minute, să inventeze un produs și să-l reprezinte cu ajutorul blocurilor din lemn.

Prezentările echipelor:

Fiecare echipă prezintă ideile de produse. Celelalte echipe formulează întrebări de clarificare: *cine va cumpăra produsul? Care va fi prețul aproximativ? Ce culoare va avea? De ce credeți că produsul se va bucura de popularitate?*

„Valorile-sursă de avantaje competitive“

Pregătire: Tinerii sunt împărțiți în echipe. Fiecare echipă primește câte un set de blocuri și suportul de curs „Identificarea ideilor de produse“.

Sarcină pentru echipe: să discute în echipă și să identifice câte o idee de îmbunătățire a blocurilor primite pentru fiecare valoare. (De exemplu, economisirea – producerea blocurilor din rămășițele de lemn rămase la producerea de mobilă din lemn sau producerea de blocuri similare din plastic etc.).

Debrifare:

- Cât de dificilă a fost sarcina? De ce?
- În ce măsură se poate realiza acest exercițiu în baza unui alt produs? Dați exemple.
- În ce măsură se poate realiza acest exercițiu în baza unui serviciu? Dați exemple.

MODULUL II. ELEMENTE DE MANAGEMENT ȘI GESTIONAREA RISCURILOR**Aspecte generale privind gestionarea unei afaceri****„Cel mai înalt turn“**

Pregătire: Tinerii sunt împărțiți în echipe. Fiecare echipă primește câte un set de blocuri cu care vor trebui să construiască cel mai înalt turn posibil.

Sarcină pentru echipe:

- Timp de 1 minut, să aleagă un lider de echipă.
- Timp de 5 minute, să discute diferite soluții de construcție a turnului, fără a atinge blocurile din lemn. Elevii vor utiliza foi și pixuri pentru a face o schiță a modului în care vor construi turnul. Atenție! Elevii nu au dreptul să înceapă construcția la această etapă.
- Timp de 5 minute, vor construi un turn cât mai înalt. Va câștiga echipa care reușește să construiască cel mai înalt turn.

Debrifare: După 10 minute, opriți activitatea. Măsurați înălțimea fiecărui turn cu ajutorul unui metru (sau funii) și identificați echipa care a construit cel mai înalt turn. Întrebări: *care turn este cel mai stabil? De ce? Care turn este cel mai frumos? De ce?* Întrebați echipa care a construit cel mai înalt turn cum au reușit.

Discutați responsabilitățile managerului:

- Cât de bine a reușit planificarea? Corespunde schița desenată cu turnul construit în realitate? De ce da sau de ce nu? Ce se putea face în timpul planificării? Ce rol trebuia să aibă liderul la această etapă?
- Cât de bine a reușit organizarea (realizarea turnului)? Ce a fost mai dificil de realizat? Ce ar schimba membrii echipei, dacă ar avea încă o încercare? Ce rol a avut liderul? Au fost distribuite roluri în echipă? Ce beneficii ar fi adus distribuția rolurilor?
- Cât de motivați au fost membrii echipei? Ce a făcut liderul pentru motivarea colegilor de echipă?
- Cum a fost realizat controlul calității? Cine a îndeplinit această funcție?
- Ce este comun între realizarea turnului și realizarea unei afaceri? Enumerați asemănările.

Organizarea și coordonarea unei activități antreprenoriale 1**Schițarea procesului de producere cu ajutorul blocurilor din lemn**

Pregătire: Tinerii sunt împărțiți în echipe. Fiecare echipă primește câte un set de blocuri.

Sarcină pentru echipe:

- Timp de 1 minut, alegeți una dintre ideile de afaceri pentru care se va „construi” procesul de producere.
- Timp de 15 minute, analizați etapele procesului de producere: de la furnizarea materiei prime până la comercializarea mărfii. Construiți din blocurile din lemn fiecare pas al acestui proces.
- Timp de 5 minute, analizați necesarul de oameni/ angajați la fiecare etapă a procesului (cine face livrarea materiei prime, cine produce, cine vinde etc.). Adăugați, simbolic, angajații în schema de producere (cu ajutorul altor blocuri din lemn sau al unor obiecte ajutătoare).

Debrifare:

- Ce etape au fost mai dificil de realizat?
- În ce măsură, în viața reală, procesul de producere ar putea arăta în același mod?
- De ce depinde acest lucru?
- Care este spațiul necesar pentru echipamentul de producere?
- Care este spațiul necesar pentru depozitarea materiei prime?
- Ce condiții sunt necesare pentru depozitarea materiei prime?
- Care este spațiul necesar pentru depozitarea mărfii?
- Ce condiții sunt necesare pentru păstrarea mărfii produse?
- Care sunt riscurile depozitării?
- Care sunt riscurile la livrare? Cum vor fi prevenite aceste riscuri?

Organizarea și coordonarea unei activități antreprenoriale 2**„Câmpul minat”**

Materiale necesare: o sfoară sau funie lungă de 25 m (preferabil, viu colorată); 50-100 blocuri din lemn; 5-10 coli de carton alb format A4 (cel puțin o coală pentru doi jucători); un marker.

Pregătire. Regulile jocului: cu ajutorul sfoarei, se marchează pe sol/ podea un dreptunghi cu laturile de aproximativ 7 x 5 metri, care constituie „terenul minat” (laturile lungi nu vor fi drepte, ci șerpuite, neregulate). O latură scurtă și zona din fața ei reprezintă „baza de plecare”, cealaltă linie scurtă și zona din fața ei – „sosirea”, sau „baza inamică”. Pe teren se împrăștie „minele” astfel ca să nu apară între „plecare” și „sosire” „poteci” ușor de parcurs. Jucătorii vor stabili câteva obiective (scopuri) ale grupului și le vor scrie cu litere mari, câte unul, pe coli de carton. Toate fișele vor fi așezate pe sol, în „baza inamicului”, dincolo de linia de „sosire”. Grupul se împarte în perechi, în care un partener, legat la ochi, va fi „soldatul” care străbate terenul minat, condus de partenerul care „vede” – „controlorul” – și îl ghidează numai cu vorbe (este interzisă orice atingere a celor doi) și doar din afara terenului. După ce „soldatul” trece linia de sosire, rolurile se schimbă: „controlorul” devine „soldat” și se leagă la ochi, iar „soldatul” devine „controlor”. „Soldatul” ia un carton și se întoarce cu el la „plecare”, străbătând terenul minat.

Sarcina jocului este ca grupul (echipa), format din toate perechile, să aducă toate colile de carton la „baza de plecare” (să îndeplinească obiectivele grupului) într-un timp stabilit. Toate perechile pleacă odată, la semnalul instructorului, care supraveghează desfășurarea jocului, respectarea regulilor și cronometrează acțiunea. Fiecare „soldat” (pereche) poate transporta la o traversare o singură coală. Fișa de carton poate fi luată din „baza inamică” numai de „soldatul” care a traversat „terenul minat”. Coala nu poate fi aruncată de la o „bază” la alta. Dacă „soldatul” atinge o „mină”, se întoarce la „plecare”, rolurile se schimbă și perechea pornește din nou. Când „mina” e atinsă pe drumul de întoarcere de un „soldat” care revine la bază cu o fișă în mână, perechea se întoarce la „baza inamică”, rolurile se schimbă și cei doi pornesc din nou.

Variante ale jocului:

1. În loc de coli de carton (obiective), pot fi folosite diverse obiecte: monede, cărți etc. („un tezaur”), pe care jucătorii le vor salva aducându-le la „baza de plecare”.
2. Rolurile din cadrul perechii pot fi păstrate la întoarcere.

3. Pot să apară diverse „accidente”, o „întrerupere” a comunicațiilor, adică interzicerea vorbirii pentru câteva minute (cel mult două), la semnalul instructorului. Grupul va ști de la început că există această posibilitate și va trebui să se pregătească.

Debriefare:

- Cine este mai bun pentru rolul de soldat? De ce? Cum ați descrie abilitățile necesare unui soldat?
- Care este rolul similar într-o întreprindere? Ce așteptări are antreprenorul de la un angajat?
- Cine este mai bun pentru rolul de controlor? De ce?
- De ce abilități are nevoie controlorul? Cum putem testa prezența acestor abilități?
- Dacă ar fi să facem o asociere a acestor roluri cu cele din sfera de antreprenorat, cu cine l-ați asocia pe controlor?
- Care sunt alte roluri în domeniul antreprenoratului?

Motivarea angajaților

„Copiază turnul”

Pregătire: Materiale necesare: 2 seturi de blocuri din lemn (câte un set pentru fiecare echipă). Durata activității: 10-30 de minute. Profesorul construiește un turn din 5-7 piese, însă îl amplasează astfel încât să nu fie vizibil pentru echipe. Câte un reprezentant (liderul de echipă) din fiecare echipă se apropie de turn (doar acesta are dreptul să-l vadă) și dă instrucțiuni echipelor despre felul în care trebuie să construiască turnul astfel încât să facă o copie exactă a celui existent deja. Câștigă echipa care „copiază” turnul în cel mai scurt timp și are cele mai puține greșeli. (Turnul se amplasează la o distanță mai mare, astfel încât mesajul să fie transmis verbal de la un elev la altul.) Elevii sunt aranjați în lanț și nu au dreptul să facă mai mult de un pas. Elevii nu au dreptul să deseneze sau să fotografieze turnul.

Sarcină pentru echipe:

- După explicarea regulilor de joc, echipele vor avea la dispoziție 5 minute pentru a clarifica modul de comunicare (ce cuvinte vor utiliza, ar putea face și un exercițiu).
- Profesorul dă start jocului și cronometrează până când ambele echipe afirmă că au realizat sarcina. Doar liderul de echipă are dreptul să declare că sarcina a fost îndeplinită.
- Profesorul compară turnurile și numără greșelile făcute. Echipa care are numărul cel mai mic de greșeli este declarată câștigătoare. Dacă sarcina este realizată înainte de expirarea termenului/ timpului oferit, se adaugă un punct.

Debriefare:

- Ce parte de construcție a fost cel mai dificil de explicat? De ce?
- Cum se poate explica mai repede și mai corect?
- Ce trebuie să facă cei care ascultă/ îndeplinesc instrucțiunile, astfel încât să contribuie la sporirea eficienței?
- Ce cuvinte au ajutat în procesul de comunicare? Ce cuvinte au făcut procesul mai lent sau mai dificil?
- Cum s-a simțit liderul echipei? De ce?
- Cum s-au simțit ceilalți membri ai echipei? De ce?
- Ce poate face liderul pentru a motiva echipa?
- Poate oare liderul să realizeze de unul singur sarcina?
- Care este asemănarea dintre acest joc și o afacere?
- Ce rol trebuie să îndeplinească un lider în afacere?
- Cum poate un antreprenor să-și motiveze echipa?

MODULUL III. FINANȚAREA ȘI EVIDENȚA ACTIVITĂȚII ANTREPRENORIALE

Capitalul necesar pentru lansarea afacerii

Pregătire: Elevii sunt împărțiți în echipe. Fiecare echipă primește câte un set cu blocuri din lemn (în rucsac). Din activitățile precedente, elevii deja cunosc modalitatea de utilizare a blocurilor din lemn.

Sarcină pentru echipe: Să estimeze care este capitalul necesar pentru o afacere ce produce diverse jocuri din blocuri din lemn (similară sau exactă cu setul primit de fiecare echipă). Toate calculele vor fi scrise pe foi de pe șevaletul rotafoliu, pentru prezentarea ulterioară.

Prezentarea echipelor: Fiecare echipă prezintă, pe rând, rezultatele lucrului în echipă.

Debrifare:

- Enumerați etapele pe care le-ați parcurs pentru a face calculul.
- Care sunt principalele categorii de cheltuieli?
- Ce diferențe există între prezentările echipelor?

JOCURI DE FORMARE A COMUNITĂȚII DE ÎNVĂȚARE

„Turnul echipei”

Această activitate se realizează cu toți elevii. Aceștia stau în cerc și construiesc un turn; pe rând, fiecare se apropie și adaugă câte un bloc din lemn la construcție.

Sarcină de evocare: Ce înălțime maximă ar avea un turn pe care îl puteți construi în echipă din toate blocurile disponibile? De ce?

- Elevii stau în cerc. Fiecare elev se apropie de locul unde se construiește turnul și adaugă, rând pe rând, câte un bloc pentru a face împreună un turn. Atunci când turnul se prăbușește, profesorul întreabă elevii: „Puteți construi un turn mai înalt? Vă îndemn să mai încercați o dată”.

Constucția turnului poate fi repetată de câteva ori, iar după fiecare încercare profesorul va întreaba: *ce reguli trebuie să respectăm pentru a reuși în construirea unui turn mai înalt?*

Debrifare:

- Care sunt factorii de succes? De ce depinde succesul în acest joc?
- Cum poate fi organizat procesul mai bine?
- Ce roluri pot fi distribuite?
- Ce asemănări există între acest joc și activitatea de antreprenoriat?

CENTRUL PENTRU EDUCAȚIE ANTREPRENORIALĂ ȘI ASISTENȚĂ ÎN AFACERI (CEDA)

Chișinău, str. Mihai Eminescu nr. 35, oficiul 7
MD-2012, Republica Moldova
Tel: 373 (22) 885 425 Fax: 373 (22) 885 426; mob: 373 79002848
oficiu@ceda.md; sshuleansky@ceda.md
www.ceda.md; www.facebook.com/ceda.

