

Cuprins

	Cuvânt înainte	7
	<i>„Dă-i unui om un pește și va fi sătul o zi întreagă, învață-l să pescuiască și va fi sătul o viață întreagă.”</i>	
	Gânduri ale „beneficiarilor” direcți	8
	Prezentarea ghidului	9
1	Ce este o firmă de exercițiu?	15
	<i>„Nu transmiterea de cunoștințe este obiectivul, ci aducerea... în situația de a putea aprecia situații.”</i>	
2	Înființarea unei firme de exercițiu	31
	<i>„Tindeți spre perfecțiune în tot ceea ce faceți. Luați ce e mai bun din tot ce există și faceți-l și mai bun. Și dacă acel ceva nu există, creați-l!”</i>	
3	Planificarea activității în firma de exercițiu	61
	<i>„Măsoară de 10 ori și taie o dată.”</i>	
4	Planul de afacere	95
	<i>„În casa succesului nu există ascensoare, trebuie să urci treaptă cu treaptă!”</i>	
5	Departamentul de marketing și procesele aferente	107
	<i>„Creăm valoare pentru clienți și obținem în schimb valoare de la clienți.”</i>	
6	Departamentul comercial și procesele aferente	141
	<i>„Ceea ce nu știi mă va costa o mulțime de bani, ceea ce știi îmi va aduce o avere.”</i>	

7	Departamentul resurse umane și procesele aferente (managementul de personal) <i>„Omul potrivit la locul potrivit!”</i>	165
8	Departamentul secretariat și procesele aferente <i>„Un loc pentru fiecare lucru și fiecare lucru la locul său.”</i>	185
9	Departamentul contabilitate și procesele aferente <i>„Verba volant, scripta manent.”</i>	203
10	Încheierea activității în firma de exercițiu și procesul de predare-primire <i>„Ceea ce numim început, este de obicei sfârșit. Și ceea ce este sfârșit, este de fapt început. Sfârșitul este acolo de unde începem.”</i>	223
11	Evenimente speciale în firma de exercițiu <i>„Munca în echipă este capacitatea de a munci împreună pentru a realiza o idee comună. Este sursa ce le permite oamenilor obișnuiți să atingă rezultate neobișnuite.”</i>	231
12	Competiția “Business Plan” <i>„Marile incendii se nasc din scânteii mici.”</i>	265
13	Managementul calității în firma de exercițiu <i>„Oamenii de succes pun întrebări mai bune și, prin urmare, primesc răspunsuri mai bune.”</i>	273
14	Instrumentele specifice TIC (tehnologiei informației și comunicațiilor) utilizate în firma de exercițiu <i>„Nu mă tem de calculatoare. Mă tem de lipsa acestora.”</i>	289

AUTORI

Bara, Mariana
Boe, Gheorghiuța
Cacaliceanu, Cristina
Colan, Geanina
Georgescu, Roxana
Ihora, Elena
Kemenski, Florica
Popescu, Aurica
Răbonțu, Carmen
Roșca, Mihaela
Stancu, Mădălina
Tanislav, Cristina
Vidican, Monica

COORDONATORI

Vlăduț, Zoica Elena
Ștefănescu, Mihaela
Estermann, Christian

COLABORATORI

Spineanu, Claudia
Avram, Cristina

ILUSTRATOR

Smărăndache, Anca

ASISTENT TEHNOREDACTARE

Ungureanu, Nicoleta





Cuvânt înainte

„Dă-i unui om un pește și va fi sătul o zi întreagă, învață-l să pescuiască și va fi sătul o viață întreagă.”
LAO TZU, filosof chinez

Mă adresez vouă, dragi profesori, elevi și eleve, cu convingerea că veți primi acest ghid cu bucurie și că îl veți folosi cu măiestrie astfel încât valențele educative ale firmei de exercițiu să se materializeze în cunoștințe, competențe și atitudini pentru viață, iar performanțele obținute în timpul școlii să vă servească drept motivație pentru viitoare afaceri și cariere de succes. Profesionalismul, capacitatea de a lua decizii, asumarea de riscuri și responsabilități, perseverența și dăruirea, arta de a învăța din eșecuri și înțelepciunea de a împărtăși o victorie sunt cheia care deschide porțile succesului. Ghidul răspunde nevoii de a asigura o legătură mai strânsă între mediul economic și cel educațional, oferind o abordare integrată a dezvoltării competențelor și atitudinilor fundamentale pentru trecerea cu succes de pe băncile școlii într-o piață a muncii supusă unor schimbări continue și provocări multiple.

Doresc să mulțumesc, în mod special, echipei de autori a proiectului pentru excelenta calitate și spiritul inovator al ghidului, rod al unui fructuos și durabil parteneriat între KulturKontakt Austria, Ministerul Educației Cercetării Tineretului și Sportului și Centrul Național de Dezvoltare a Învățământului Profesional și Tehnic.

Cu speranța că modelele și exemplele de bună practică oferite vă vor călăuzi în activitatea de formare a viitorilor tineri antreprenori, vă doresc mult succes în activitatea firmei de exercițiu și în punerea în practică a celor mai îndrăznețe idei!



Gabriela Liliana Ciobanu
Director CNDIPT

Este o deosebită bucurie pentru mine să pot adresa, cu această ocazie, cuvinte de apreciere și de mulțumire către utilizatorii prezentului ghid. Doresc să mulțumesc cu precădere pentru activitatea profesionistă și de o mare implicare a experților/expertelor din echipa de proiect austriaco-română, care a contribuit în mod decisiv la calitatea profesională excelentă și la relevanța deosebită a acestui produs. Apreciam în mod deosebit relația excelentă de colaborare cu Ministerul Educației, Cercetării, Tineretului și Sportului din România și Centrul Național de Dezvoltare a Învățământului Profesional și Tehnic.

Publicarea acestei cărți este rezultatul unei cooperări educaționale fructuoase pe durata multor ani între România și Austria și reprezintă, în plus, expresia unei străduințe intense pentru a obține o colaborare strânsă între economie și școală atât în contextul național, cât și în cel european. Ceea ce se solicită de către partenerii școlilor tot mai intens, și anume structurarea unei educații și a unei formări apropiate de practică și relevantă la nivel economic, este inițiat prin acest manual într-un mod impresionant. Prin faptul că prezentul ghid face o abordare atât de impresionantă a promovării competențelor-cheie la elevi și eleve, acesta poate fi considerat o îmbogățire esențială pentru un învățământ modern și centrat pe elev. Doresc astfel tuturor cadrelor didactice, elevilor și elevelor multă bucurie la folosirea acestui mijloc educațional. Mult succes pentru punerea în practică a inițiativelor dumneavoastră legate de activitatea în firma de exercițiu!



Gerhard Kowař
Director KulturKontakt Austria

Gânduri ale „beneficiarilor” directi

„Experiența de anul trecut ne-a ajutat foarte mult în modul de abordare a ideii de afacere și în realizarea a ceea ce ne-am propus. A fost mai greu, oamenii ne cunosc și așteptările sunt mari. Nu am vrut să dezamăgim, ne-am pregătit și se pare că am convins. Ne vedem în finală.

Suntem sigure că nu ne va fi ușor, competiția este acerbă, firmele implicate în concurs au rezultate foarte bune în activitatea desfășurată. Sperăm că ideea noastră să vă convingă. Succes tuturor!”

Cristina Apostol - FE Teleprest

Colegiul Economic „Ion Ghica” Târgoviște



„Competiția Business Plan a fost pentru noi o mare oportunitate de a aplica și aprofunda cunoștințele teoretice dobândite în cursul anilor de liceu, întrucât această experiență a necesitat cunoștințe din întreaga arie curriculară.

Ceea ce ne-a impresionat a fost profesionalismul și seriozitatea cu care a fost tratat acest concurs, încă de la faza locală întâlnind echipe foarte bine pregătite, ce ne-a pus la încercare capacitatea organizatorică, creativitatea și spiritul antreprenorial.

Această experiență ne-a deschis noi orizonturi, învățându-ne să lucrăm în echipă și să ne conturăm personalitatea într-un ambient în care orice decizie poate fi definitivă pentru viitorul unei firme.”

Paiu Ștefăniță, Ciubotaru Sergiu - FE Future Advertising

Colegiul Economic Administrativ, Iași

Prezentarea ghidului

Ghidul metodologic a fost proiectat ca un instrument util în activitatea de predare - învățare a disciplinelor economice prin metoda modernă și interactivă „firma de exercițiu”.

Metoda „firma de exercițiu” se bucură de un real succes în România, fiind introdusă în curriculum-ul obligatoriu la profilul Servicii, dar fiind și o oportunitate pentru elevii de la celelalte profiluri de a dobândi competențe antreprenoriale în cadrul unor ore moderne.

Ghidul metodologic a fost elaborat de către o echipă de autori din România și Austria, în cadrul proiectului „Formarea cadrelor didactice din învățământul profesional și tehnic - profil SERVICII, pentru extinderea metodei moderne interactive de învățare firma de exercițiu”, proiect finanțat prin POSDRU.

Manualul și CD-ul conțin 14 capitole, acestea având o structură unitară: Motivație, Competențe și obiective, Conținuturi tematice. Fiecare conținut tematic cuprinde: A. Noțiuni teoretice, B. Exemplu/Exemple de bună practică, C. Activitate/Activități practice. Fiecare capitol se încheie cu *Sugestii metodice, Glosar de termeni și Bibliografie*.

Capitolul 1 (*Ce este o firmă de exercițiu?*) abordează conceptele teoretice privind activitatea din firma de exercițiu. Sunt identificate avantajele activității practice și actorii care se implică în firma de exercițiu. De asemenea, se prezintă activitatea zilnică și evenimentele speciale din firma de exercițiu, resursele materiale și colaborarea interdisciplinară presupusă de activitatea din firma de exercițiu. Exemplele de bună practică oferă modele de activități foarte utile pentru familiarizarea elevilor cu conceptul de firmă de exercițiu.

Întrucât în acest capitol se prezintă doar aspectele teoretice care vizează conceptul „firmă de exercițiu”, fără a se apela încă la un model, nu apare structura mai sus amintită. Apar, în schimb, activități practice dedicate pregătirii înființării, analizei mediului extern al unei firme de exercițiu, identificării asemănărilor și a diferențelor dintre firma de exercițiu, FE, și firma reală.

Capitolul 2 (*Înființarea unei firme de exercițiu*) prezintă pașii înființării unei firme de exercițiu, de la analiza mediului extern, a specificului unei piețe virtuale ca mediu de învățare, alegerea formei juridice, studiarea procedurii de înființare, procesul de recrutare a personalului, la organizarea structurală și procesuală în firma de exercițiu.

Exemplele de bună practică sunt structurate pe modelul firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL. Începând cu capitolul 2, această firmă va fi un model pentru exemplele de bună practică din cadrul ghidului.

Exemplele de bună practică din cadrul acestui capitol vor oferi modele pentru primii pași ai înființării unei firme de exercițiu, pe baza modelului firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL. *Identificarea ideii de afaceri* ajută la conturarea coordonatelor de demarare a afacerii. Ca bază pentru planificarea activităților și derularea acestora, analiza mediului de marketing și a posibilităților parteneri, relaționarea eficientă cu aceștia asigură un start promițător al afacerii. Alegerea formei juridice, a obiectului de activitate, a numărului de asociați, detaliile cu privire la completarea documentelor de înființare și la introducerea pe piață a produselor firmei de exercițiu constituie pașii model pe care o firmă de exercițiu trebuie să îi aibă în vedere. Punerea în aplicare a ideii de afaceri este realizată de angajații recrutați pe posturile din cadrul firmei de exercițiu. Modelele de anunț de recrutare, de scrisoare de intenție și de Curriculum Vitae oferă puncte de pornire și exemple valoroase pentru procesul de recrutare din firma de exercițiu.

Activitățile practice propun aplicații importante vizând noțiunile prezentate în acest capitol: alegerea obiectului de activitate, alegerea denumirii firmei de exercițiu, alegerea formei juridice, completarea documentației de solicitare a constituirii și autorizării funcționării firmei de exercițiu, proiectarea acțiunilor și activităților viitoare, realizarea organigramei și stabilirea relațiilor dintre

compartimentele firmei, descrierea posturilor vacante pentru angajare, organizarea procesului de instruire a angajaților din firma de exercițiu și procesul de înregistrare a firmei la Centrala ROCT.

Capitolul 3 (*Planificarea activității în firma de exercițiu*) subliniază importanța care trebuie acordată planificării activității din firma de exercițiu. Anticiparea schimbărilor prin intermediul planificării facilitează adaptabilitatea și asigură atingerea obiectivelor propuse. Stabilirea obiectivelor anuale (viziune, misiune, obiective, strategii, măsuri), managementul eficient al timpului și planificarea activităților din firma de exercițiu reprezintă repere foarte importante ale planificării, abordate în acest capitol pe baza conexiunii dintre economic și pedagogic în firma de exercițiu.

Exemplele de bună practică din cadrul capitolului al treilea oferă modele de planificare a activității, a stabilirii obiectivelor, viziunii, misiunii, strategiilor și măsurilor care trebuie adoptate în activitatea unei firme de exercițiu.

Activitățile practice susțin aplicarea noțiunilor propuse prin: întocmirea fișei de observație asupra unui proces economic care se desfășoară în firma parteneră (firma-mamă), stabilirea pentru firma de exercițiu a viziunii, misiunii, strategiilor, măsurilor (activităților), identificarea valorilor personale dezvoltate prin firma de exercițiu, întocmirii unui contract cadru cu o firmă de exercițiu parteneră pe baza acceptului preliminar primit la un târg al firmelor de exercițiu, identificarea „hoților de timp” dintr-o firmă de exercițiu.

Capitolul 4 (*Planul de afaceri*) evidențiază importanța modelului firmei reale parteneră pentru succesul activității din firma de exercițiu. Cooperarea cu o firmă provenită din mediul real de afaceri permite o învățare eficientă, o „modelare” a firmei virtuale pe baza unui model antreprenorial viabil. Elaborarea planului de afaceri al firmei de exercițiu este tratată în acest capitol, aspectele importante fiind ilustrate prin exemple menite să clarifice situații problemă.

Exemplele de bună practică propun modele pentru aprofundarea conținuturilor parcurse de-a lungul capitolului. Pornind de la planul financiar al firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL, se poate realiza modelarea cheltuielilor în funcție de cifra de afaceri și se pot stabili viziunea, obiectivele și strategiile firmei.

Activitățile practice din cadrul acestui capitol urmăresc aplicații care au în vedere: modelarea firmei de exercițiu pe baza indicatorilor financiari și măsurarea obiectivelor pentru firma de exercițiu.

Capitolul 5 (*Departamentul de marketing și procesele aferente*) cuprinde atribuțiile departamentului marketing, descrierea proceselor aferente, politica de produse și prețuri, posibilitățile de distribuție, rolul materialelor publicitare și a paginii web, tehnici de negociere și elaborarea magazinelor virtuale.

Exemplele de bună practică punctează atribuțiile specifice departamentului de marketing din cadrul FE KULTUR BIO SRL, planul operațional de participare la un târg, planul de adoptare al strategiei de produs și preț, contractul cadru, design-ul corporativ pentru FE KULTUR BIO SRL, crearea unui web site și a unui magazin virtual al firmei de exercițiu.

Activitățile practice din cadrul acestui capitol urmăresc exersarea de către elevi a unor acțiuni importante în firma de exercițiu: pregătirea activităților din cadrul departamentului de marketing al FE KULTUR BIO SRL, identificarea concurenților, identificarea strategiilor de produs adecvate ofertei firmei de exercițiu, realizarea actului contractului cu clienții firmei de exercițiu, realizarea strategiei de promovare a firmei de exercițiu pe piața virtuală a firmelor de exercițiu.

Capitolul 6 (*Departamentul comercial și procesele aferente*) abordează specificul departamentului comercial, cu atribuțiile corespunzătoare, descrierea procesului de achiziții și a procesului de desfacere, a documentelor utilizate în procesul de achiziție și vânzare, precum și a procesului de import-export. Activitățile practice propuse oferă posibilitatea exersării noțiunilor teoretice, pe baza exemplelor de bună practică ale firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL. De asemenea, modelele de documente pentru achiziții și vânzări completate vor fi de un real folos atât elevilor, cât și profesorilor coordonatori ai firmelor de exercițiu.

Exemplele de bună practică oferă modele de la FE KULTUR BIO SRL ale fluxurilor informaționale privind achizițiile între firmele de exercițiu și banca ROCT, fluxurile informaționale privind achizițiile pentru personal, utilizarea registrelor pentru evidența tranzacțiilor, întocmirea ordinului de cumpărare valută și a dispoziției de plată externă.

Activitățile practice propun acțiuni necesare aprofundării noțiunilor din cadrul acestui capitol: întocmirea listei furnizorilor, întocmirea centralizatorului achizițiilor, întocmirea listei clienților și a centralizatorului vânzărilor, compararea a două oferte, fluxurile informaționale – achiziții pentru personal, organizarea documentelor în departamentul comercial pentru achiziții și vânzări și întocmirea registrelor comerciale (Registrul-achiziții și Registrul-vânzări).

Capitolul 7 (*Departamentul resurse umane și procesele aferente*) tratează managementul de personal într-o manieră accesibilă și interesantă. Sunt prezentate: atribuțiile departamentului resurse umane, salarizarea personalului, rotația posturilor în firma de exercițiu (ca premisă a familiarizării elevilor cu diverse posturi din firmă), documentele utilizate în cadrul departamentului, circuitul și arhivarea acestora.

Exemplele de bună practică oferite în acest capitol sunt foarte utile pentru orele de firmă de exercițiu: fișa postului Managerului Resurse Umane de la FE KULTUR BIO SRL; foaia colectivă de prezență, statul de plată; planul de rotație a posturilor; procesul-verbal de predare, fișa de pregătire a personalului pentru departamentul Resurse Umane.

Activitățile practice (întocmirea fișelor de post pentru angajații FE KULTUR BIO SRL, realizarea procesului-verbal de rotație a posturilor).

Capitolul 8 (*Departamentul secretariat și procesele aferente*) punctează importanța secretariatului în activitatea din firma de exercițiu. După aceeași structură cu a celorlalte departamente, acest capitol are în vedere: atribuțiile departamentului, comunicarea în firma de exercițiu, managementul informației și al comunicării, documentele specifice departamentului, circuitul și arhivarea lor.

Exemplele de bună practică oferă modele de formulare realizate de secretariatul FE KULTUR BIO SRL: agendă electronică, registru corespondență intrări/ieșiri, foaie personalizată a firmei de exercițiu. De asemenea, unul dintre exemple vizează arhivarea în firma de exercițiu, un proces important pentru managementul informației.

Activitățile practice urmăresc familiarizarea elevilor cu specificul departamentului secretariat: optimizarea activității de secretariat, elaborarea agendei electronice cu adrese ale firmelor de exercițiu și ale altor parteneri din mediul extern, arhivarea electronică a corespondenței primite, realizarea tabelor pentru organizarea păstrării documentelor în firma de exercițiu pentru documente pe suport de hârtie și documente electronice.

Capitolul 9 (*Departamentul contabilitate și procesele aferente*) subliniază importanța măsurării, evaluării și controlului activității economice și a rezultatelor obținute de către firma de exercițiu. Angajații din departamentul contabilitate trebuie să își cunoască foarte clar atribuțiile, documentele utilizate în cadrul departamentului, circuitul și arhivarea acestora. Este de dorit să se poată utiliza un soft de contabilitate de către firma de exercițiu.

Exemplele de bună practică oferă modele importante din cadrul departamentului contabilitate al firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL: Regularizarea TVA-ului, descrierea softului contabil utilizat, registre contabile (Registrul jurnal, Fișa cartea mare șah, Cartea mare centralizatoare, Registrul inventar, Nota de contabilitate).

Activitățile practice propun activități de aprofundare a noțiunilor din acest capitol: înregistrarea în evidența cronologică a operațiilor privind salariile în valoare de 20 000 lei la finele lunii, configurarea firmei de exercițiu, înregistrarea unei facturi de achiziție de obiecte de inventar și plata acesteia, înregistrarea salariilor pentru o lună de activitate, operații de închidere lună, înregistrarea în contabilitate a facturii fiscale.

Capitolul 10 (*Încheierea activității în firma de exercițiu și procesul de predare-primire*) tratează procesul de încheiere a activității din firma de exercițiu și modalitățile de încheiere și procesul de predare-primire.

Exemplele de bună practică oferă modele privind încheierea activității firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL în funcție de situația existentă și predarea în cadru festiv.

Activitățile practice facilitează aprofundarea activității de predare-primire în cadrul firmei de exercițiu, după încheierea activității.

Capitolul 11 (*Evenimente speciale în firma de exercițiu*) prezintă importanța participării firmelor de exercițiu la evenimente speciale, cum ar fi târgurile. Cunoașterea specificului unui târg, a criteriilor de evaluare, a pașilor care trebuie parcurși pentru pregătirea unui târg al firmelor de exercițiu sunt aspecte pe care elevii trebuie să le cunoască fie că participă ca expozant, fie ca vizitator. Stăpânirea de către participanți a mecanismelor de inițializare a unei afaceri, de realizare și finalizare a tranzacțiilor asigură succesul participării la târguri.

Exemplele de bună practică din cadrul acestui capitol (selectarea târgurilor firmelor de exercițiu, planul de amenajare a standului firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL la un târg al firmelor de exercițiu, analiza campaniei de lansare a produsului „Sucul natural BIBI”, planul de amenajare a standului firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL la un târg al firmelor de exercițiu, planificarea participării la târgul ROTIFE, notițe de târg, cardul vizitatorului, fișa de organizare a evenimentului, model de buget de cheltuieli necesar organizării evenimentelor firmelor de exercițiu) stabilesc coordonatele organizării eficiente și a participării la evenimente speciale.

Activitățile practice din cadrul capitolului propun modalități de abordare a evenimentelor în care firma de exercițiu urmează să se implice: fixarea obiectivelor, pentru participarea la un târg internațional al firmelor de exercițiu, formularea criteriilor de selecție a târgurilor, cercetarea importanței participării la târguri ale firmelor de exercițiu, realizarea unei campanii publicitare pe baza unui spot publicitar, realizarea unui catalog pentru firma de exercițiu pentru participarea la târgul internațional ROTIFE, planificarea participării la un târg național, realizarea proiectului participării la un târg al firmelor de exercițiu, realizarea chestionarelor de evaluare a activității participanților la târg în calitate de vizitatori, planificarea organizării unui târg al firmelor de exercițiu, stabilirea bugetului de cheltuieli în vederea participării la târguri ale firmelor de exercițiu.

Capitolul 12 (*Competiția „Business Plan”*) aduce în discuție competiția Business Plan ca eveniment special, la care participă în fiecare an firmele de exercițiu românești. În cadrul capitolului sunt prezentate metodologia competiției, graficul și etapele de desfășurare ale acesteia, grila de evaluare a planului de afacere.

Exemplul de bună practică propune un model de plan de afaceri, ca punct de plecare pentru realizarea planului de afaceri al fiecărei firme de exercițiu.

Activitatea practică propusă de autori este realizarea unei prezentări PowerPoint pentru susținerea planului de afaceri.

Capitolul 13 (*Managementul calității în firma de exercițiu*) propune evaluarea performanțelor în firma de exercițiu, ca proces continuu de apreciere a gradului de îndeplinire a sarcinilor de către angajați. Sunt trecute în revistă instrumentele de evaluare și standardele de calitate care trebuie îndeplinite de către firmele de exercițiu.

Instrumentul cel mai important al calității pentru firmele de exercițiu este Evaluarea „Marca de Calitate”, evaluare organizată anual pentru firmele de exercițiu din rețeaua națională și care se finalizează cu obținerea de către acestea a certificatelor Marca de Calitate nivel de bază și nivel avansat. Sunt prezentate, în acest capitol, metodologia de evaluare și criteriile care stau la baza evaluării.

Exemplele de bună practică vizează transferul de experiență de la FE KULTUR BIO SRL în ceea ce privește criteriile pentru evaluarea „Marca de Calitate”.

Activitățile practice permit realizarea de către elevi a unei prezentări PowerPoint pentru susținerea planului de afaceri, evaluarea activității unui angajat din cadrul firmei de exercițiu, evaluarea dosarului pentru obținerea certificatului „Marca de Calitate”.

Capitolul 14 (*Instrumente specifice Tehnologiei informațiilor și Comunicațiilor utilizate în firma de exercițiu*) facilitează procesul de interdisciplinaritate, formarea și dezvoltarea competențelor digitale de creare și procesare corectă și profesională a tuturor documentelor utilizate în firma de exercițiu.

Colaborarea inter- și transdisciplinară cu profesorul de Tehnologia informației și comunicațiilor trebuie încă din faza de realizare a planificărilor anuale și semestriale pentru fiecare dintre clasele IX-XII, cu scopul dezvoltării eficiente la elevi a competențelor digitale, de realizare corectă și profesională a documentelor necesare în firma de exercițiu.

Exemple de bună practică arată felul în care firma de exercițiu KULTUR BIO SRL și-a conceput materialele publicitare cu ajutorul unui soft specializat, și-a editat foile personalizate ale firmei de exercițiu, și-a creat site-ul unei firme de exercițiu.

Activitățile practice oferă posibilitatea aprofundării celor prezentate în acest capitol printr-o activitate de realizare a materialelor promoționale cu ajutorul aplicațiilor informatice.

Capitolul se încheie cu o secțiune *Instrumente și metode didactice utilizate în firma de exercițiu*, secțiune care prezintă fișele de documentare pentru metodele „Roata cuvintelor”, „Metoda incidentelor critice”, „Metoda ABCDE (Tracey)”, „Metoda Covey”, „Tehnica 6/3/5), „Tehnica punerii întrebărilor”, Brainstorming.





Ce este o firmă de exercițiu?

Motto: „Nu transmiterea de cunoștințe este obiectivul, ci aducerea... în situația de a putea aprecia situații economice, de a elabora soluții creative pentru probleme și de a pune în practică aceste soluții.”
(Sven Ripsa)

Motivație Firma de exercițiu este o metodă didactică modernă și interactivă de succes în România, care are drept scop dezvoltarea spiritului antreprenorial al elevilor prin simularea proceselor dintr-o firmă reală. Instruit într-un cadru atractiv, creativ și interactiv, tânărul va participa voluntar și motivat la propria formare, dobândind competențe esențiale ce îi vor ușura inserția pe piața muncii. Înțelegerea și aplicarea în mod optim a conceptului „firmă de exercițiu” îi va putea oferi elevului o învățare activă, bazată pe practică, facilitându-i acestuia trecerea de la școală la viața activă.

Competențe și obiective

COMPETENȚE DIN FIRMA DE EXERCIȚIU	COMPETENȚE SPECIALIZATE
<ul style="list-style-type: none"> Dezvoltă și perfecționează competențe sociale (capacitatea de interacțiune, de rezolvare a conflictelor, spirit de echipă, responsabilitate, leadership) Dezvoltă și perfecționează competențe personale (flexibilitate, disponibilitatea de a învăța, spirit critic, creativitate, inițiativă) Utilizează tehnici de coaching (motivare, îndrumare, consiliere etc.) în activitatea curentă dintr-o firmă 	<ul style="list-style-type: none"> Autoevaluează abilitățile antreprenoriale Realizează planificarea calității proceselor și a calității produselor/serviciilor Aplică dispoziții legale în materie de practici comerciale
OBIECTIVE PEDAGOGICE	OBIECTIVE ECONOMICE
<ul style="list-style-type: none"> Să autoevalueze abilitățile antreprenoriale Să realizeze planificarea calității proceselor și a calității produselor/serviciilor Să aplice dispoziții legale în materie de practici comerciale 	<ul style="list-style-type: none"> Să identifice criteriile, abilitățile și avantajele fundamentale legate de activitatea antreprenorială Să-și evalueze propriile abilități, ambiții și obiective în funcție de criteriile fundamentale ale activității antreprenoriale Să examineze resursele disponibile și potențiale și să stabilească un plan pentru realizarea activității Să analizeze informațiile și să utilizeze dispozițiile legale în materie de practici comerciale în propria activitate

- Conținuturi tematice:**
- 1.1. Concepte teoretice ale activității din firma de exercițiu
 - 1.2. Avantaje ale activității din firma de exercițiu
 - 1.3. Actorii firmei de exercițiu
 - 1.4. Activitate zilnică și evenimente speciale în firma de exercițiu
 - 1.5. Resurse materiale (cabinetul firmei de exercițiu, calculatoare, materiale consumabile)
 - 1.6. Colaborare interdisciplinară

1.1. Concepte teoretice ale activității din firma de exercițiu

FIRMA DE EXERCIȚIU (FE) reprezintă o **metodă interactivă de învățare** pentru dezvoltarea spiritului antreprenorial, o concepție modernă de integrare și de aplicare interdisciplinară a cunoștințelor, o abordare care asigură condiții pentru probarea și aprofundarea practică a competențelor dobândite de elevi în pregătirea profesională.

Firma de exercițiu este potrivită pentru **dobândirea, verificarea și aprofundarea cunoștințelor comerciale**, formarea abilităților, a capacităților personale și a modurilor de comportament în toate domeniile din structurile întreprinderii, de la referent până la întreprinzător. Punctele forte ale firmei de exercițiu sunt abordarea practică și contactele cu mediul extern. Asemănător întreprinderilor din economia de piață reală, firmele de exercițiu se află într-o relație de afaceri. Prin intermediul lor, angajații din firma de exercițiu ajung în contact cu cultura economică a partenerilor din țară și din străinătate.

Firma de exercițiu este modelul unei întreprinderi al cărei scop îl reprezintă învățarea. Modelul permite simularea activităților dintr-o întreprindere economică reală.



- Firma de exercițiu este o metodă interactivă și inovatoare de învățare care are în vedere abordarea aplicată a învățării.
- Firma de exercițiu se adresează elevilor din învățământul preuniversitar – profil Servicii, dar și altor elevi/ cursanți care își dezvoltă competențe antreprenoriale.
- Firma de exercițiu are drept scop dezvoltarea spiritului antreprenorial.
- Metoda vizează înființarea de firme virtuale după modelul firmelor reale.



Obiective ale firmei de exercițiu:

- familiarizarea elevilor cu activitățile specifice firmei reale;
- simularea operațiunilor și a proceselor economice specifice mediului real de afaceri;
- perfecționarea limbajului specific afacerilor;
- dezvoltarea de competențe necesare unui întreprinzător dinamic: gândire critică, luare de decizii, asumarea responsabilității, lucrul în echipă, inițiativă, autoorganizare și autoevaluare a resurselor individuale;
- facilitarea trecerii absolvenților de la școală la viața activă și a adaptării la nevoile pieței muncii.

Fiecare firmă de exercițiu este structurată, ca și în activitatea practică, pe departamente: departamentul resurse umane, secretariat, marketing, vânzări, contabilitate ș.a.m.d. Elevii lucrează în cadrul departamentelor, desfășurând activitățile specifice acestora.

Pe lângă posibilitatea contactelor, la nivel național și internațional, un alt punct forte al firmei de exercițiu este simularea. Decizii greșite, care în viața reală de afaceri pot duce la periclitarea propriei întreprinderi, nu au în firma de exercițiu nici o consecință economică reală. Ele sunt o parte importantă a experienței proprii a elevilor, un factor esențial al procesului de învățare. Este indicat chiar să se exerseze aceste situații de eșec posibile în economia reală, elevii fiind astfel pregătiți pentru soluționarea/ preîntâmpinarea lor.

Firmele de exercițiu nu apar pe piața firmelor de exercițiu ca întreprinderi perfecte. Profesorului coordonator îi este încredințată sarcina de a decide, în mare parte, în ce măsură firma pe care o coordonează se aseamănă cu o firmă adevărată. Desigur, pentru funcționarea unei firme de exercițiu este necesară o structură de bază. Deși majoritatea profesorilor coordonatori vor să construiască o întreprindere pe cât posibil apropiată de realitate, există totuși câteva diferențe. În tabelul de mai jos sunt prezentate cele mai importante deosebiri dintre o firmă de exercițiu și o firmă reală.

**Diferențe între
firma reală și firma
de exercițiu**

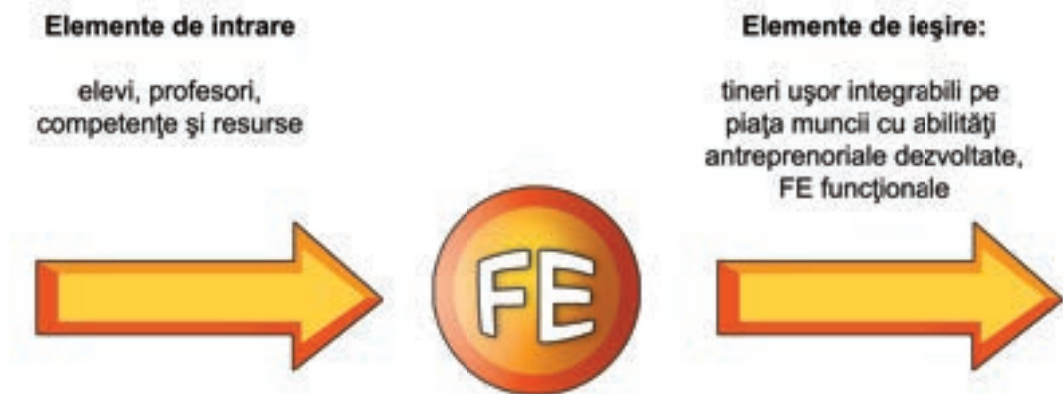
criterii	Firmă de exercițiu	Întreprindere reală
Contacte externe	Cu alte firme de exercițiu din țară și străinătate	Cu întreprinderi din piața reală, națională și internațională
Producție	Nu se produc mărfuri reale și nu se prestează servicii reale	Se produc mărfuri și se prestează servicii reale
Flux bănesc	Nu există bani reali	Există bani reali
Risc antreprenorial	Se simulează asumarea riscului	Se asumă un risc antreprenorial real
Sfera obiectivelor și activităților	Învățarea reprezintă principalul obiectiv pedagogic, iar activitățile se subordonează acestui obiectiv și obiectului de activitate al firmei de exercițiu	Obiectivele și activitățile sunt subordonate scopului economic
Învățare și semnificație	Elemente de bază în pregătirea printr-o firmă de exercițiu	Experiența stă în centrul atenției multor întreprinderi
Rotația locurilor de muncă	Rotația locurilor de muncă reprezintă elementul central în procesul de pregătire	Schimbarea posturilor pentru dezvoltarea personalului reprezintă un element esențial în orice întreprindere modernă
Alegerea domeniului și a produsului	Piața firmelor de exercițiu	Piață – antreprenor
Timp de lucru	3-5 ore pe săptămână,	
Bloc compact	Timp de lucru „normal”	
Criterii pentru reușită	Activități exersate, competențe formate, angajarea absolvenților	Profit, păstrarea locurilor de muncă etc.



**Informațiile nu trebuie să se piardă, chiar și atunci când se schimbă angajații!
Procesele simulate prin firma de exercițiu sunt similare celor din economia reală:**

- Procese de analiză;
- Procese de planificare;
- Procese de organizare;
- Procese de decizie;
- Procese de execuție;
- Procese de control.

**Fluxul proceselor
din firma de
exercițiu**



Întreprinzătorul	
Antreprenor	Intraprenor
<ul style="list-style-type: none"> • Proprietar • Purtător de risc • <i>Toți angajații au ceva în comun - de regulă nu sunt proprietari ai întreprinderii, ci lucrează pentru alții, care posedă întreprinderea. Câțiva își înființează propria întreprindere și lucrează pentru ei înșiși. Ei se numesc persoane care lucrează pe cont propriu sau întreprinzători. Un întreprinzător este responsabil pentru succesul sau eșecul întreprinderii sale, adică suportă riscul</i> • În mod tradițional se înțelege prin antreprenor (noțiunea formală de întreprinzător) proprietarul, purtătorul de risc, angajatorul sau acea persoană care dispune de factorii de producție (capital, spațiu, forță de muncă) 	<ul style="list-style-type: none"> • Purtător de inovație • Ținută antreprenorială • <i>Noțiunea de intraprenor înțelege prin întreprinzător un organizator dinamic care creează ceva nou din punct de vedere economic, în sensul cel mai larg al cuvântului. De exemplu, el dezvoltă o nouă tehnică de producție, aduce produse noi pe piață sau găsește un nou mod de desfacere a produselor. Această noțiune a întreprinzătorului este astăzi foarte modernă, nu se orientează în mod automat spre proprietate și arată cât de importante sunt trăsăturile întreprinzătoare și pentru angajații din întreprindere</i> • Astfel de angajați reprezintă, pentru angajatorii întreprinzători, intraprenorii

Evoluția conceptului „firmă de exercițiu” în România

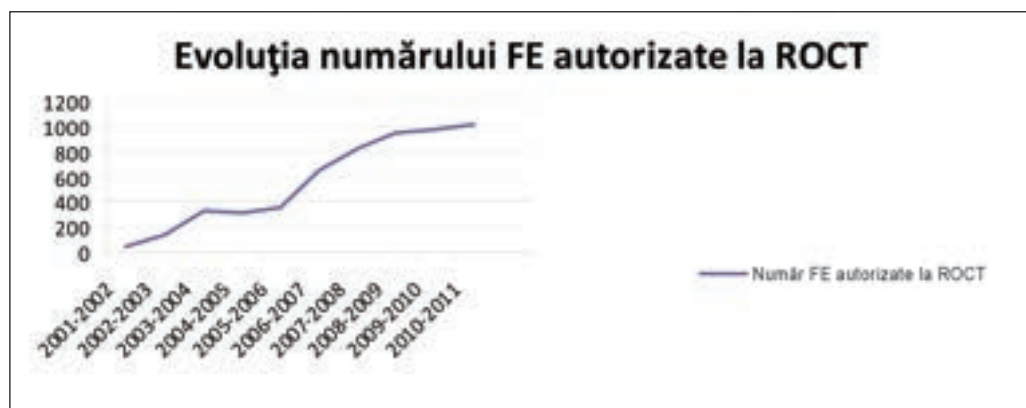
Introducerea metodei de învățare „firmă de exercițiu” în învățământul profesional și tehnic din România s-a realizat în perioada 2001 - 2004, prin proiectul ECONET, derulat în cadrul Pactului de Stabilitate pentru Europa de Sud-Est de către Centrul Național de Dezvoltare a Învățământului Profesional și Tehnic (CNDIPT), Ministerul Educației, Cercetării, Tineretului și Sportului în colaborare cu Ministerul Educației și KulturKontakt Austria.

În urma rezultatelor obținute și a succesului înregistrat, la finalizarea proiectului, s-a luat decizia strategică de a implementa la nivel național această metodă interactivă. Anul școlar 2006 - 2007 a adus extinderea utilizării metodei firma de exercițiu la nivelul tuturor unităților de învățământ profesional și tehnic, profil servicii, prin introducerea conținuturilor specifice în curriculum-ul național (în baza OMEC 3172/2006).

Repere temporale - Evoluția conceptului „firmă de exercițiu” în România

- 1996 – familiarizarea cu conceptul „firmă de exercițiu”, după modelul din Austria;
- 1997 - 2001 – crearea unor firme de exercițiu – nivel restrâns, fără relaționarea acestora în rețea;
- 2000 - 2001 – aplicarea conceptului „firmă de exercițiu” în trei școli pilot din România), în cadrul proiectului ECONET;
- 2001 - 2002 – crearea Centralei ROCT;
- 2001 - 2007 – dezvoltarea rețelei românești a firmelor de exercițiu;
- începând cu anul școlar 2008 - 2009, ROCT este membru afiliat la EUROOPEN (organizație europeană care reprezintă rețeaua europeană a peste 7500 de firme de exercițiu din 42 de țări);
- 2008 – înființarea Departamentului ROCT prin OMECT 5109/25.08.2008, în cadrul Centrului Național de Dezvoltare a Învățământului Profesional și Tehnic.

Graficul reprezintă creșterea firmelor de exercițiu autorizate la ROCT de la 34 în 2001 la 1017 în 2011



Activitatea din firmele de exercițiu presupune interacțiunea acestora cu mediul extern (înregistrarea firmelor, activități de încasări și plăți, relații financiare, activități de personal, activități de arbitraj, relaționarea cu alte firme de exercițiu din țară și din străinătate etc.). Relaționarea firmelor de exercițiu cu mediul extern este asigurată de către centrala ROCT.

ROCT oferă serviciile de care firmele de exercițiu au nevoie pentru ca activitatea lor să simuleze cât mai fidel activitatea dintr-o firmă reală. ROCT îndeplinește rolul de bancă (pentru asigurarea circulației plăților) și rolul organismelor autorităților publice (Administrația Finanțelor Publice, Casa de Asigurări de Sănătate, Casa de Pensii, Oficiul Registrului Comerțului, Inspectoratul Teritorial de Muncă, Curtea de Arbitraj).

1.2. Avantaje ale activității din firma de exercițiu

Avantaje pentru elev

Metoda de învățare „firma de exercițiu” reprezintă baza pentru o formare care satisface cerințele pieței muncii, cerințe aflate în concordanță cu standardele europene. Dobândirea de cunoștințe prin aplicare practică dezvoltă competențe generale, specializate, dar și competențe cheie. Elevul este instruit într-un cadru atractiv, creativ și interactiv și participă voluntar și motivat la propria formare. Se adaptează rapid la cerințele mediului de afaceri, se dezvoltă personal, fiind motivat, hotărât și ambițios. Elevul își formează spiritul antreprenorial, își asumă riscuri și responsabilități, pentru o piață a muncii aflată într-o continuă schimbare.

Avantaje pentru profesor

Metoda de învățare „firma de exercițiu” reprezintă baza perfecționării profesionale continue și cadrul propice pentru dezvoltarea personală. Implicat într-un proces de instruire cu finalitate clară și rapidă, profesorul se adaptează permanent la modificările de proceduri, cerințe, strategii, fiind în pas cu cerințele unui învățământ bazat pe performanță.

Avantaje pentru școală

Metoda de învățare „firmă de exercițiu” permite orientarea către o ofertă de școlarizare atractivă și care adaugă valoare celei existente.

Avantaje pentru agenții economici

Metoda de învățare „firma de exercițiu” reprezintă oportunitatea pentru agenții economici parteneri de a se implica direct în formarea viitorilor angajați, în vederea dezvoltării acelor competențe cerute pe piața muncii.

**Valori promovate în firma de exercițiu**

Ca mijloc de promovare pe plan local, național și internațional, metoda „firmă de exercițiu” aduce un plus de credibilitate în rețeaua școlară.

Oportunitățile încheierii de noi parteneriate în diverse domenii asigură o legătură puternică la nivel de comunitate.

Activitate practică**ACTIVITATE înaintea înființării unei firme de exercițiu**

Denumire: Identificarea așteptărilor din firma de exercițiu

Mod de lucru: Pe departamente

Resurse:

- de timp: 45 minute
- materiale: Cartonaje de moderare sau hârtie de flipchart sau cel puțin coli A3 pentru grup, creioane colorate sau carioci de flipchart

Sarcini de lucru:

- Identificați câte 10 așteptări pe care le aveți în cadrul muncii din firma de exercițiu.
- Prezentați așteptările identificate în cadrul firmei de exercițiu.

Recomandări:

- Nu se vor exprima prea multe așteptări, ci doar cele mai importante.
- Nu se admit discuții pe durata prezentării rezultatelor (așteptărilor), dacă acestea sunt necesare vor fi admise abia ulterior.
- Se va aloca timp pentru discuții/motivații/interpretări.

1.3. Actorii firmei de exercițiu

Pentru asigurarea premiselor integrării profesionale a absolvenților pe piața muncii și pentru formarea profesională continuă este nevoie de flexibilitate și adaptare la tipurile de competențe identificate ca fiind necesare în prezent și mai ales în viitor, pe o piață a muncii aflată în continuă schimbare și adaptare la cerințele impuse de dezvoltarea economică.

Elevul și profesorul formează o „echipă” în care fiecare are rolul său, defășurând o activitate cu efecte educative indiscutabile.

Elevul Se dezvoltă personal și profesional, implicându-se direct în procesul de învățare. În cadrul firmei de exercițiu exersează și dobândește, pe de o parte, **competențe cheie** (abilități antreprenoriale, deprinderi de lucru în echipă, capacitate de conducere, autonomie de lucru, luare de decizii și asumarea răspunderii, culegerea și prelucrarea independentă a informațiilor, gândirea creativă, aplicarea în practică a cunoștințelor teoretice, rezolvare de situații problemă, perseverență, organizare a locului de muncă), iar, pe de altă parte, **competențe specializate** ce presupun: organizarea și conducerea activității firmelor, fundamentarea de strategii, elaborarea ofertelor de produse și servicii, ținerea evidenței contabile, efectuarea analizei eficienței economico-financiare a firmei etc.

Profesorul Are un rol hotărâtor în procesul de pregătire în sau prin intermediul firmei de exercițiu. El trebuie să aibă aptitudini și cunoștințe comerciale, de management, competențe IT, competențe de comunicare și negociere. Rolul său este diferit. El trebuie să sprijine activitatea, să o coordoneze, să planifice și să controleze.

Sarcinile profesorilor coordonatori de firmă de exercițiu sunt: să acorde consultanță și să asigure situații de învățare în care elevii să desfășoare activități practice în mod independent în cadrul unei firme de exercițiu, să verifice cunoștințele și competențele însușite de elevi, să stabilească sarcini clare pentru elevi, să organizeze activitatea în firma de exercițiu, să motiveze și să orienteze activitatea elevilor.

Unitatea de învățământ Școala pune la dispoziția firmei de exercițiu spațiul necesar desfășurării activității, fapt consemnat în contractul de închiriere (simulat), încheiat între școală – proprietar/locator și firma de exercițiu - chiriaș/locatar.

Sediul social al firmei de exercițiu este același cu sediul real al școlii.

Echipele, software-ul, materialele consumabile, sunt un sprijin acordat de către școală firmelor de exercițiu pentru buna desfășurare a activității acestora.

Firma-mamă Agent economic de profil cu activitate pe piața reală - este o societate comercială parteneră care sprijină firma de exercițiu cu informații de specialitate legate atât de gama de produse sau servicii, cât și de documentele suport pentru derularea proceselor și activităților într-un mediu de afaceri real. Se asigură astfel cadrul optim pentru exersarea competențelor antreprenoriale în rândul elevilor, pentru o mai bună orientare pe piața muncii. Sprijinul material oferit pentru participarea firmelor de exercițiu la târguri interne și internaționale permite dezvoltarea imaginii și promovarea activității desfășurate într-un cadru profesional, care dezvoltă creativitatea și gândirea critică a elevilor.

ROCT (Centrala Rețelei Firmelor de Exercițiu/Întreprinderilor Simulate din România) Scopul Centralei ROCT: autorizarea, coordonarea, consilierea firmelor de exercițiu din România, dar și integrarea și reprezentarea acestora în rețeaua națională și internațională a firmelor de exercițiu.

ROCT:

- coordonează activitatea rețelei naționale a firmelor de exercițiu;
- simulează activitățile desfășurate de instituțiile statului în vederea asigurării serviciilor necesare funcționării firmelor de exercițiu:
 - Registrul Comerțului;
 - Inspectoratul Teritorial de Muncă;
 - Casa de Pensii;
 - Casa de Asigurări de Sănătate și alte Asigurări Sociale;
 - Agenția pentru Ocuparea Forței de Muncă;
 - Administrația Finanțelor Publice;
 - Curtea de Arbitraj.

- îndeplinește rolul de bancă, facilitând circulația corespunzătoare a plăților pentru activități de decontare interne și internaționale;
- asigură schimbul de informații și comunicarea dintre firmele de exercițiu din rețeaua națională și dintre firmele de exercițiu românești și cele din rețeaua internațională;
- sprijină, organizează și monitorizează participarea firmelor de exercițiu la târguri, programe și proiecte de profil din țară și din străinătate;
- organizează, desfășoară și monitorizează competițiile care se adresează firmelor de exercițiu (de exemplu, Competiția Business Plan);
- verifică și certifică gradul de îndeplinire a standardelor de calitate de către firmele de exercițiu (Evaluarea „Marca de Calitate”);
- organizează activități și programe în scopul formării continue a cadrelor didactice privind metoda de învățare „firma de exercițiu”;
- participă la manifestări și proiecte internaționale legate de activitatea firmelor de exercițiu.

EUROPEN Este o asociație internațională a centrelor firmelor de exercițiu din peste 42 de țări, înființată în anul 1997.

EUROPEN reprezintă rețeaua internațională a peste 7500 de firme de exercițiu, favorizând:

- schimbul de informații și participarea la evenimente internaționale: târguri, expoziții, proiecte;
- dezvoltarea parteneriatelor dintre firmele de exercițiu existente pe piața internațională prin derularea de proiecte transnaționale în diferite domenii;
- promovarea schimburilor internaționale între elevi, studenți și profesori;
- sprijinirea centrelor membre în coordonarea optimă a activității firmelor de exercițiu;
- oferirea de consultanță privind tehnologiile moderne în domeniul afacerilor.



Actorii implicați în procesul dezvoltării metodei firma de exercițiu

Pentru a avea acces la toate activitățile și serviciile oferite de EUROPEN, Centralele naționale ale firmelor de exercițiu trebuie să dobândească statutul de membru.

Centrala ROCT este membru afiliat EUROPEN din anul 2009.

O firmă interacționează cu factori din mediul extern, conform următoarei scheme:



Relaționarea firmei de exercițiu cu partenerii de interes

Activitate practică

Denumire: Analiza mediului extern al unei firme de exercițiu

Mod de lucru: Pe departamente

Resurse:

- de timp: 1 oră;
- materiale: flipchart, post-it -uri, fișă de lucru

Sarcini de lucru:

1. Analizați mediul extern al firmei de exercițiu.
2. Identificați și structurați așteptările fiecărei categorii de actori.

Recomandări:

- Se analizează în 10 minute mediul extern în plan individual.
- Se împart elevii pe grupe pentru realizarea sarcinii de lucru.
- Se identifică actorii mediului extern al firmelor de exercițiu.
- Se identifică și se notează pe postit – uri câteva din așteptările acestora față de FE.
- Se analizează și se fixează așteptările partenerilor de interes în vederea prelucrării lor ulterioare.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare a rezultatelor

Grupă	Număr de parteneri de interese identificat	Număr mediu de așteptări/partener	Număr de așteptări acceptat în plen
1.			
2.			
3.			
...			

1.4. Activitate zilnică și evenimente speciale în firma de exercițiu

Firma de exercițiu este bazată pe un model valid din economie. Ea oferă un tip de învățare orientată către acțiune: elevii, în calitate de angajați în firma de exercițiu, stabilesc obiective, planifică, execută, controlează.

O firmă de exercițiu trebuie să funcționeze similar cu o firmă reală. De aceea este obligatoriu să fie simulate toate procesele esențiale care se derulează, începând cu cele mai simple (cum ar fi primirea unei comenzi, trimiterea unei oferte sau realizarea unui material publicitar) și terminând cu realizarea unei monografii contabile, care să pună în evidență, în mod concret, activitatea derulată la nivelul firmei pe o perioadă mai lungă de timp.



Datorită caracterului general al organizării procesuale, ea nu trebuie concepută în mod diferențiat, toate activitățile de la nivelul departamentelor putându-se concretiza în lucrări cu caracter specific.

Activitățile realizate în mod curent în departamentele unei firme de exercițiu

<p>ADMINISTRATIV-JURIDIC-SECRETARIAT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selectează și repartizează corespondența • Pregătește și convoacă ședințele de lucru • Asigură obținerea tuturor avizelor de funcționare • Asigură procurarea rechizitelor de birou • Realizează inventarierea anuală • Întocmește contractele de muncă • Întocmește fișele de post 	<p>RESURSE UMANE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selectează și angajează personalul • Organizează și realizează evidența documentelor de personal. Întocmirea și păstrarea contractelor de muncă și a dosarelor individuale • Utilizează tehnicile de coaching (motivare, îndrumare, consiliere) în activitatea curentă a firmei • Organizează și urmărește realizarea rotației posturilor și, implicit, a transferului cunoștințelor în FE 	<p>MARKETING</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studiază piața internă și externă, reală și virtuală • Realizează materiale publicitare • Realizează și reactualizează listele de prețuri • Elaborează cataloage de prezentare a produselor, web-site-uri • Pregătește și participă la târguri și expoziții • Asigură corespondența electronică și scrisă cu clienții • Promovează imaginea firmei
<p>APROVIZIONARE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stabilește necesarul de aprovizionat • Selectează ofertele cele mai avantajoase • Asigură evidența nominală a furnizorilor • Asigură condiții optime de păstrare și depozitare 	<p>DEFACERE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verifică și centralizează comenzile primite • Ține evidența nominală a clienților • Întocmește documentele de livrare • Urmărește expedierea bunurilor pentru fiecare comandă în parte • Asigură evidența operativă a bunurilor gestionate 	<p>FINANCIAR-CONTABIL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizează contabilitatea financiară • Urmărește încasările și plățile în țară și străinătate • Întocmește documentele de salarizare și plăți • Întocmește situații statistice • Întocmește bilanța de verificare, bilanțul semestrial și anual



Departamentele din firma de exercițiu depind de domeniul de activitate, structura juridică și de specificul firmei - mamă partener.



Activitățile din firma de exercițiu

Documentele elaborate în firma de exercițiu trebuie să fie standardizate pentru a permite:

- standardizarea proceselor în cadrul întreprinderii;
- înlocuirea angajaților care lipsesc;
- predarea locurilor de muncă în mod corespunzător;
- asigurarea reprezentării conducerii;
- posibilitatea creării unei baze de date computerizate cu structura de organizare a întreprinderii.

Activitățile din firma de exercițiu asigură posibilitatea exersării următoarelor acțiuni:

- Stabilirea obiectivelor pentru firma de exercițiu și pentru fiecare post;
- Planificarea activităților;
- Organizarea activităților în firma de exercițiu;

- Desfășurarea proceselor economice specifice;
- Evaluarea și autoevaluarea.



În centrul activităților nu se află succesul economic al firmei, ci numărul de situații de învățare oferite! Obiectivul prioritar al exersării prin firma de exercițiu nu este rezultatul economic, ci exersarea completă și repetată a diverselor operațiuni economice.

Angajații firmei de exercițiu au posibilitatea:

- să lucreze ca într-o firmă reală;
- să prelucereze cazuri de afaceri individual și în echipă;
- să utilizeze în practică conținuturile noțiunilor economice (achiziții, vânzări, marketing, contabilitate, IT, limbi moderne, management etc.);
- să identifice oportunitățile ivite pe piață pentru anumite produse;
- să simuleze activitatea unei firme reale sub forma unei „firme de învățare”:
 - spațiu de birou în locul sălii de curs;
 - lucrul în departamente;
 - derularea unor procese tipice în firme, care să copieze situațiile reale;
 - reflectarea și perfecționarea propriei munci.



Activitățile din firma de exercițiu depind de obiectul ei de activitate.

De unde știu angajații CE au de făcut?

- Pentru fiecare departament există o fișă a postului;
- Cele mai multe sarcini apar apoi automat:
 - Vin în permanență scrisori, e-mail-uri, care trebuie prelucrate;
 - Apar probleme, care trebuie rezolvate, de exemplu: clientul nu a plătit, furnizorii nu au livrat marfa;
 - Firma de exercițiu și-a stabilit obiective, care trebuie îndeplinite, de exemplu: participarea la un târg pentru firmele de exercițiu, lansarea pe o piață nouă;
 - Se transpun în practică idei, de exemplu: organizarea unei conferințe online, dezvoltarea unui nou produs.

De unde știu angajații CUM să își îndeplinească sarcinile?

- Conceptul „firma de exercițiu” impune planificarea derulării proceselor și/sau descrierea proceselor;
- Angajații apelează la literatura de specialitate sau la căutarea pe internet;
- Coordonatorul (profesorul) firmei de exercițiu asigură coaching-ul (procesul de îndrumare, organizare, instruire, pregătire și antrenare a angajaților în activitățile firmei de exercițiu).



Îndrumați angajatul din firma de exercițiu să se documenteze independent pentru toate procesele importante! Încurajați compararea de către angajați a activităților din firma de exercițiu cu cele dintr-o firmă reală!

Activitate practică

Denumire: Identificarea asemănarilor și a diferențelor dintre FE și firma reală

Mod de lucru: Pe grupe

Resurse:

- de timp: 1 oră
- materiale: flipchart, post-it-uri, fișă de lucru

Sarcini de lucru:

- Stabiliți minimum trei elemente comune și trei diferențe între firma de exercițiu și firma reală. Urmăriți aspecte, precum: Virtual/Real; Bani/Bunuri; Uzanțe comerciale/Flux informații.

Recomandări:

- Se analizează piața virtuală a firmelor de exercițiu.
- Se studiază arhiva firmelor de exercițiu din școală.
- Documentare la firma-mamă/alte firme.

Criterii de diferențiere	Firma de exercițiu	Firma reală
Management	Se iau decizii ca în realitate, dar scopul este cel de învățare	Decizii și sarcini pentru obținere de profit
Flux financiar	Nu există bani reali	Utilizează bani reali
Riscul întreprinderii	Nu există un risc al întreprinderii	Riscul asumat
Contacte externe	Mai ales cu alte F.E. (economie închisă) Adesea influențată de profesor	Economia națională
Îndeplinirea sarcinilor și a activităților	Extinderea sarcinilor ca proces de învățare	Realizarea de sarcini și de activități sunt o necesitate
Învățare și reflexie	Reflexia și învățarea sunt elemente centrale	Activitatea cotidiană stă în centrul activității multor întreprinderi
Organizarea structurii	Job rotation, ca element central al învățării	Job rotation, ca element de dezvoltare personală în întreprinderile moderne și de succes
Alegerea branșei și a produsului	Profesor – elev – piața firmelor de exercițiu – nu se produc/vând mărfuri reale și nu se prestează servicii reale	Piață – întreprinzător – se produc mărfuri și se prestează servicii
Program de lucru	3-5 ore pe săptămână	Program normal
Criterii de obținere a succesului	Numărul și diversitatea situațiilor de învățare, adică: <ul style="list-style-type: none"> • dinamica în propria FE; • poșta primită și numărul activităților 	Profit, poziție de durată pe piață. Menținerea întreprinderii și a locurilor de muncă ș.a.m.d.
Rotația locurilor de muncă	Rotația locurilor de muncă reprezintă elementul central în procesul de pregătire	Schimbarea posturilor pentru dezvoltarea personalului reprezintă un element esențial în orice întreprindere modernă

Instrumente de evaluare: Fișă de autoevaluare cu întrebări de reflecție

Întrebări de reflecție pentru mine ca individ:

1. Mi-am alocat timp pentru a analiza această problemă cu exactitate?
2. Am căutat diferite căi de soluționare?
3. M-am delimitat de acestea și nu m-am asociat imediat altor păreri?
4. Mi-am exprimat soluția propusă foarte clar?
5. Mi-am luat sentimentele în serios și le-am exprimat?
6. M-am implicat cu concentrare asupra obiectivului?
7. Am preluat răspunderea și mi-am îndeplinit sarcina?

8. M-am străduit și am rezistat?
9. Am argumentat într-un mod inteligibil și clar?

Întrebări de reflecție pentru mine ca membru al grupului:

1. Am contribuit la planificare?
2. Am ținut seama de părerile altora?
3. Am participat la decizii?
4. L-am susținut pe ceilalți?
5. Am acceptat alte păreri și propuneri?
6. Am discutat despre perturbări?
7. Am colaborat cu ceilalți?
8. Am folosit în mod constructiv conflictele?
9. Am ascultat ce spuneau ceilalți?
10. Am fost de acord cu ceilalți?

1.5. Resurse materiale (cabinetul firmei de exercițiu, calculatoare, materiale consumabile)

Activitatea specifică din firma de exercițiu se desfășoară în cadrul orelor de **laborator tehnologic** în învățământul profesional și tehnic, profilul servicii, reprezentând o componentă a curriculum-ului național pentru clasele a XI-a și a XII-a.

Locul de desfășurare a activității firmei de exercițiu este un cabinet/laborator dotat cu mobilier corespunzător, cu echipamente (calculatoare, imprimantă, videoprojector etc.) necesare învățării, asigurându-se astfel efectuarea de operații economice care să simuleze activitatea unei firme din sfera economică reală.

Elevul-**angajat FE** și profesorul-**coordonator FE** formează o „**echipă**” în care fiecare are rolul său bine stabilit.

Cabinetul/laboratorul „firmă de exercițiu” reprezintă spațiul unde își desfășoară activitatea firma de exercițiu. Spațiul alocat pentru acest cabinet trebuie să fie suficient de mare pentru a permite separarea pe departamente (mobilierul trebuie să fie modular). El poate cuprinde 15-16 locuri de muncă, dotate similar condițiilor din economia reală, respectiv mobilier de birou și toate mijloacele de informare și comunicare necesare. Este indicat să existe un spațiu special amenajat pentru ședințe.

În planificarea concretă dintr-o școală trebuie ținut seama de:

- posibilitățile oferite de spațiu;
- dezvoltările actuale din domeniul tehnic;
- numărul de elevi prevăzut să lucreze în firma de exercițiu;
- numărul firmelor de exercițiu care își vor desfășura activitatea în acest laborator.



Necesarul de spațiu: Suprafața de aproximativ 40 m²

- Amenajare:**
- Birouri și scaune în număr corespunzător;
 - Pentru fiecare FIRMĂ DE EXERCIȚIU cel puțin un dulap de birou;
 - Masa de discuții pentru cel puțin 10 persoane;
 - Măsuță (sau raft) pentru aparate mici cum ar fi imprimanta, faxul;
 - Dulap pentru depozitarea materialelor de birou.

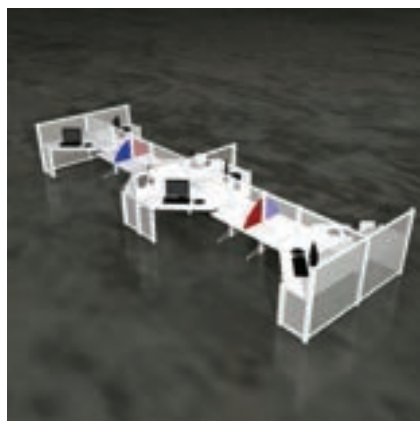
- Dotare materială:**
- Panou cu ace;
 - Flipchart;
 - Tablă de scris.

- Dotare tehnică:**
- Server de rețea pentru informatică;
 - Cel puțin cinci locuri de lucru pentru o stație de lucru pentru informatică (dispozitive de intrare, de ieșire, UC);
 - Scanner;
 - Două sau trei imprimante (de preferat o imprimantă cu laser și una cu cerneală, la care se poate imprima de la orice stație de lucru);
 - Xerox, fax;
 - Telefon (eventual cu scaune alăturate).

- Materiale de birou:**
- Dosare, mape, pixuri, markere etc;
 - Capsatoare, perforatoare, foarfeci, aparat de capsat.

Nu trebuie pierdut din vedere și faptul că aranjarea mobilierului nu este niciodată definitivă, ci trebuie să fie flexibilă. Se impune alegerea cu grijă a mobilierului de birou pentru a stimula moralul personalului, întrucât mobilierul nepotrivit poate avea serioase repercusiuni asupra sănătății și stării fizice a personalului și, implicit, poate genera un nivel ridicat de absenteism (în special la tineri).

Exemplu de amenajare a opt posturi (grafic și secțiune în vedere de sus)



O parte din măsuțe pot avea extensii pe balamale pentru a forma o masă de ședințe sau de pregătire a unor materiale/un spațiu de lucru suplimentar, după modelul următor:



1. 6. Colaborare interdisciplinară

Firma de exercițiu oferă posibilitatea aprofundării practice a conținuturilor dobândite în instruirea de bază de către elevii-angajați ai firmei de exercițiu. Ea reprezintă o concepție modernă de integrare și aplicare interdisciplinară a conținuturilor, realizând efectul de sinergie al disciplinelor integrate.

În firma de exercițiu, **transmiterea interdisciplinară** a cunoștințelor este impusă de activitățile care se desfășoară în cadrul întreprinderii. Este o metodă orientată spre acțiune și spre rezolvarea problemelor, centrată pe elev. Pentru profesor, în calitate de coordonator, firma de exercițiu reprezintă o provocare deosebită, necesitând cunoștințe din mai multe domenii economice și IT, o strânsă colaborare cu colegii de catedră și o bună cultură generală. În firma de exercițiu, angajatului îi aparține decizia și acțiunea. Coordonatorul trebuie să intervină în deciziile luate, să corecteze, să ofere informații, să dea sugestii, să evalueze etc.

Profesorul-coordonator FE are un rol hotărâtor în procesul de pregătire în firma de exercițiu. El trebuie să aibă aptitudini privind managementul demersului didactic și o bună pregătire metodică.

Corelarea cunoștințelor profesorului-coordonator FE cu activitățile din firma de exercițiu

Cunoștințe generale	Cunoștințe de specialitate economică-aplicabilitate în cadrul firmei de exercițiu
<ul style="list-style-type: none"> Din domeniul informaticii economice, pentru utilizarea programelor standard de calculator destinate soluționării problemelor de gestiune 	<ul style="list-style-type: none"> Bilanțul firmei de exercițiu poate fi elaborat la disciplina Contabilitate și rezultatul poate fi înregistrat contabil în firma de exercițiu
<ul style="list-style-type: none"> Cu privire la redactarea în limba maternă pentru elaborarea documentelor conform normelor standard 	<ul style="list-style-type: none"> Îndrumarea elevilor pentru completarea corectă a documentelor în vederea angajării (de exemplu, în cadrul modulului de Organizarea resurselor umane)
<ul style="list-style-type: none"> Cu privire la limbile străine pentru desfășurarea activităților de comerț exterior 	<ul style="list-style-type: none"> În cadrul modulului de Negociere se pot elabora scrisori în limbă străină pe hârtie cu antet și trimise prin poștă
<ul style="list-style-type: none"> Cu privire la tehnicile de comunicare pentru relaționarea în cadrul firmei de exercițiu și în cazul participării la diferite evenimente 	<ul style="list-style-type: none"> În cadrul modulului Marketingul afacerii se pot simula situații de comunicare cu parteneri de afaceri și se pot pregăti și susține prezentări PPT

Multiplele activități care sunt desfășurate într-o firmă de exercițiu determină necesitatea colaborării permanente între profesorii care predau diferitele module de specialitate.

Sugestii metodice

Se pot utiliza tehnicile de creativitate din *Ghidul metodologic* de la capitolul „Instrumente”.

Se pot utiliza Fișele metodice de pe CD:

- 1_FM_Media_de_prezentare;
- 1_FM_Firma_parteneră;
- 1_FM_Structurarea_activității_în_FE.

Glosar de termeni

Firma de exercițiu: 1. este o firmă de învățare, o construcție didactică, o companie virtuală în cadrul căreia se aplică principiul „learning-by-doing”; 2. reprezintă o metodă interactivă de învățare pentru dezvoltarea spiritului antreprenorial, o metodă de predare complexă ce include o varietate de metode de la brainstorming la „mini-proiecte”; 3. constituie o platformă de formare și dezvoltare de competențe, oferind infrastructura necesară unui cadru sigur pentru experimentare.

ROCT: Centrala Rețelei Firmelor de Exercițiu/ Întreprinderilor Simulate din România.

Coaching: parteneriat care accelerează ritmul de învățare al clientului, performanța și progresul acestuia pe plan personal și profesional.

E-commerce: 1. toate operațiunile de afaceri realizate cu ajutorul internetului, incluzând tranzacțiile prin e-mail sau vânzările efective de produse și servicii, chiar și campaniile promoționale; 2. vânzările de produse și servicii prin intermediul cărților de credit și viramente din fonduri electronice.

Sinergie: 1. (biol.) asociație a mai multe organe sau țesuturi pentru îndeplinirea aceleiași funcțiuni. Ext. Acțiune simultană, orientată în același sens, a mai multor organe sau a mai multor agenți.
2. (social.) sinteză creatoare care modelează forțele sociale divergente.

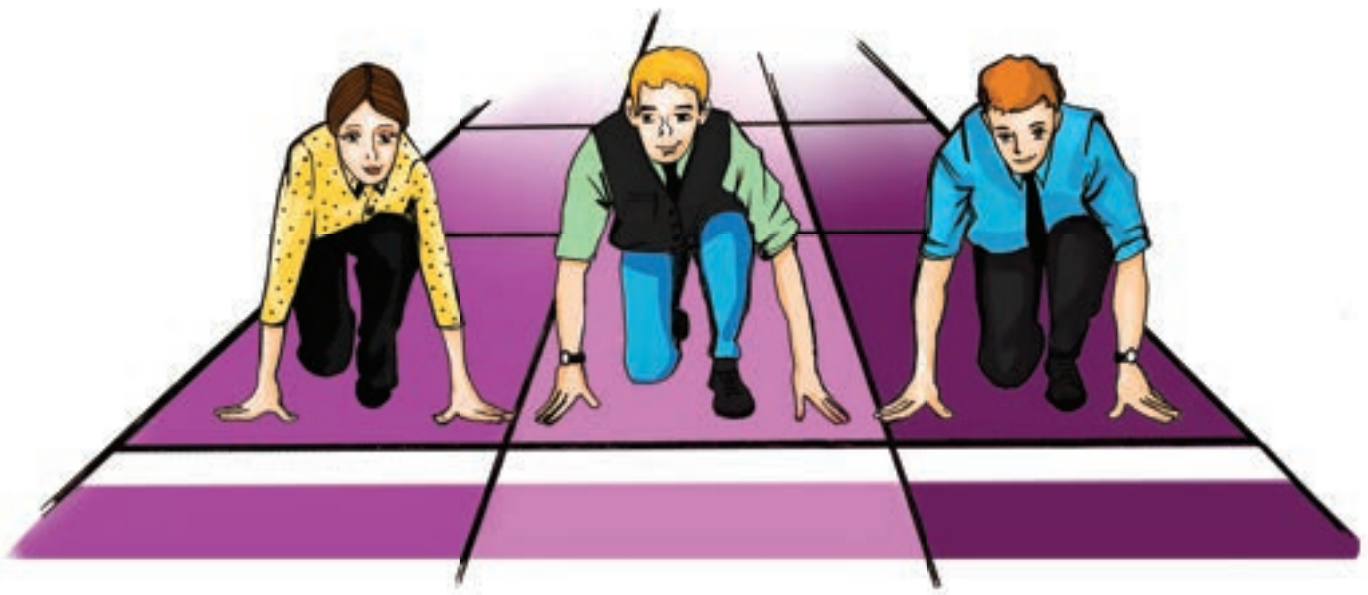
EUROPEN (European Practice Enterprises Network): Asociația Internațională a Centralelor firmelor de exercițiu – asociație non-profit fondată în octombrie 1997 (7 500 firme virtuale; 42 țări afiliate, inclusiv România).

Bibliografie

1. Hergovich, Doris; Ruth, Mitschka; Pawek, Robert, Teamarbeit – *Soziales Lernen in berufsbildenden Schulen und Institutionen (Paperback)*, ISBN3-7058-5818-1.
2. Lindner, Johannes; Fröhlich, Gerald; Krauskopf, Peter; Rotter, Anneliese; Spangl, Susanne – *Wirtschaft verstehen – Zukunft gestalten I. BW – HAK*, LehrerInnenhandbuch, <http://www.verlagshpt.at>, ISBN 978-3-230-02047-5.
1. *** *Din școală în viață prin firma de exercițiu* – București, Editura Didactică și Pedagogică, 2005.
2. OMECT 5109/25.08.2008 privind înființarea Centrala Rețelei Firmelor de Exercițiu/Întreprinderilor Simulate din România.

Surse online:

- <http://ro.wikipedia.org/wiki/Controlling>.
- <http://www.coachfederation.ro> (Federația Internațională de Coaching- ICF).
- <http://www.dexx.ro/index.php>.



Înființarea unei firme de exercițiu

Motto: „Tindeți spre perfecțiune în tot ceea ce faceți. Luați ce e mai bun din tot ce există și faceți-l și mai bun. Și dacă acel ceva nu există, creați-l!” (Sir Henry Royce)

Motivație Firma de exercițiu este o metodă de instruire practică a elevilor în vederea formării competențelor necesare pentru a deveni angajați de valoare sau întreprinzători responsabili. În firma de exercițiu se aplică interdisciplinar noțiunile studiate, se realizează aprofundarea acestora într-un sistem funcțional, **firma**, și totodată se creează demersul didactic pentru abordarea și aplicarea unor noi concepte, utile în organizarea și conducerea unei afaceri.

Competențe și obiective

COMPETENȚE DIN FIRMA DE EXERCIȚIU	COMPETENȚE SPECIALIZATE
<ul style="list-style-type: none"> • Aplică legislația privind înființarea, autorizarea și funcționarea unei firme • Stabilește viziunea, misiunea, obiectivele și strategia firmei • Realizează procesul de recrutare și selecție la nivel de firmă • Planifică necesarul de personal • Evaluează personalul angajat în firmă și propune măsuri de dezvoltare profesională 	<ul style="list-style-type: none"> • Analizează profitabilitatea și competitivitatea firmei pe piață • Analizează mediul de marketing în vederea dezvoltării afacerii • Organizează firma din punct de vedere al proceselor și structurii aferente acestora • Manageriază resursele umane ale firmei
OBIECTIVE PEDAGOGICE	OBIECTIVE ECONOMICE
<ul style="list-style-type: none"> • Să dezvolte competențe personale (eficiența la locul de muncă, flexibilitatea, proactivitatea, orientarea spre rezultate, seriozitatea, comportamentul adecvat, dorința de a învăța continuu, managementul timpului) cu scopul eficientizării activității la nivel de firmă • Să dezvolte competențe sociale (comunicare interpersonală, lucru în echipă, rezolvarea de probleme, leadership) pentru dezvoltarea activității profesionale 	<ul style="list-style-type: none"> • Să anticipeze nevoile clienților promovând o ofertă corespunzătoare • Să dezvolte strategii de marketing adaptate unor segmente specifice de piață • Să identifice propria poziție în cadrul firmei • Să gestioneze corespunzător resursele umane ale firmei

- Conținuturi tematice:**
- 2.1. Ideea de afacere (analiza mediului extern)
 - 2.2. Alegerea formei juridice
 - 2.3. Procedura de înființare a firmelor de exercițiu la ROCT și documentele de înființare
 - 2.4. Ciclul de viață al unei firme de exercițiu
 - 2.5. Procesul de recrutare în firma de exercițiu (anunțuri pentru locurile de muncă, scrisoare de intenție, CV Europass, interviu, teste de angajare, selecția personalului, contractul de muncă și angajarea)
 - 2.6. Organizarea structurală
 - 2.7. Organizarea procesuală

2.1. Ideea de afacere (analiza mediului extern)

A. Noțiuni teoretice

Un punct forte al exersării competențelor în firma de exercițiu este reprezentat de politica și strategia de marketing în vederea asigurării viabilității ideii de afaceri. În acest sens se urmăresc aspecte esențiale, precum:

- satisfacerea unei nevoi;
- integrarea pe piață;
- produse/servicii de calitate;
- prețuri atractive;
- clienți mulțumiți.

Politica și strategia firmei, pe termen scurt și lung, sunt influențate de mediul de marketing prin cele două componente: **macromediul** și **micromediul**.

Macromediul Reprezintă ansamblul de variabile, factori și forțe, necontrolabile de către firmă care acționează indirect, pe termen lung și cu o intensitate mai slabă asupra activității întreprinderii.

Micromediul Cuprinde acei factori interni și forțe externe care influențează în mod direct activitatea firmei și asupra cărora se poate exercita un anumit control. Este alcătuit din micromediul intern al firmei (firma însăși și natura acesteia) și micromediul extern al acesteia (clienții, concurenții, furnizorii, intermediarii, organismele purtătoare de interese).

Componentele mediului de Marketing

MACROMEDIUL (climatul general în care se derulează activitatea unei firme)	Componentele macromediului	Reprezentat de
	Mediul socio-cultural	Mediul cultural, mediul consumatorului final
	Mediul economic	Veniturile și puterea de cumpărare Structura bugetului de cheltuieli Recesiunea, taxele, impozitele contribuțiile, inflația etc.
	Mediul natural-tehnologic	Criza materiilor prime, creșterea costului energiei, creșterea poluării etc.
	Mediul politic-legislativ	Protecția consumatorilor, protecția concurenței
	Mediul informațional	Informațiile, analizele, datele statistice, estimările, previziunile

MICROMEDIUL (factori interni și externi)		Componentele micromediului	Reprezentat de
	Intern	Firma însăși	
Vânzarea propriu-zisă			
Extern	Clienții		Piețe de consum, piețe industriale, piețe de distribuție
			Furnizorii
	Furnizori internaționali		
	Concurenții		Directi
			Indirecti
			Înlocuitori
			Debutanți
	Intermediarii		Intermediarii comerciali
			Agenții de intermediere
			Organizații facilitatoare
Organisme publice		Mediile de comunicare în masă (televiziunea, radio etc.)	
		Personalul propriu	



Prin analiza mediului de marketing se identifică variabilele, factorii și forțele care influențează activitatea firmei, relațiile dintre ele precum și efectul acestora asupra organizației.

Avantaje ale analizei mediului de Marketing al firmei:

- conștientizarea de către echipa managerială cu privire la modificările survenite în cadrul mediului;
- planificare strategică și decizii eficiente;
- eficiență sporită în conducere;
- analize de piață mai bune;
- rezultate superioare în activitatea externă;
- alocare eficientă a resurselor;
- planificare eficientă a consumului de energie.

Înființarea unei firme are la bază o idee de afaceri, rezultată în urma analizei mediului de marketing. Firma de exercițiu se constituie la nivel virtual dar respectă în mod real uzanțele legale din domeniul autorizării constituirii și funcționării unei societăți.

Abordarea virtuală a firmei permite o exersare creativă nelimitată, cu mențiunea că se exersează regula și nu excepția, iar abordarea determină transpunerea efectivă în practică.

Exersarea înființării firmei de exercițiu favorizează dezvoltarea unor competențe antreprenoriale prin:

- identificarea surselor de documentare pentru înființare;
- alegerea obiectului de activitate;
- stabilirea formei juridice;
- analizarea mediului de afaceri pentru a identifica concurența;
- conturarea ideii de afaceri ca urmare a analizei mediului concurențial și a intuirii oportunității pe piață.



Exersarea în firma de exercițiu se realizează în domeniul de calificare studiat (De exemplu: elevii de la calificarea *tehnician în turism* vor organiza o firmă de exercițiu în domeniul turism, respectiv agenție de turism. Excepție fac activitățile de hotelărie, în situația în care se studiază conținuturi minime de hotelărie la calificarea amintită.).

Un prim demers în constituirea firmei de exercițiu este reprezentat de ideea de afaceri, care trebuie să fie atractivă, de impact și cu rezultate deosebite, pentru ca firma să se poată impune pe piață, respectiv să fie funcțională și profitabilă.

O analiză a firmelor autorizate de ROCT relevă domenii principale de interes economic dar și subdomenii derivate din acestea. Ideea de afaceri este evaluată, analizată în corelare cu mediul de implementare.

Diversitatea de idei de afaceri trebuie să se caracterizeze prin:

- profitabilitate;
- fezabilitate;
- atractivitate pentru ceilalți actori de pe piață (furnizori, clienți etc.);
- impact pe piață;
- etc.

Ideea de afacere în firma de exercițiu reprezintă punctul de plecare pentru viitorul întreprinzător.

Ideea de afaceri poate apărea:

- **spontan** - ca urmare a impactului dintre o nevoie și o soluție, urmând a estima resursele potențiale;
- **ca rezultat al unei analize complexe**, care, pornind de la ceea ce există ca resurse – materiale, financiare, competență profesională și managerială, experiență – se poate contura un mod eficient de a consuma aceste resurse;
- **pentru a suplimenta oferta de pe piață** în situația în care există o nevoie incomplet satisfăcută, ceea ce determină extinderea numărului de întreprinzători și creșterea cantitativă a ofertei.

Pentru un întreprinzător este important ca estimările și aprecierile sale legate de oportunitatea ideii de afaceri să fie cât mai aproape de realitate, pentru a fundamenta cât mai corect deciziile adoptate cu privire la produs - servicii, preț, investiții, resurse umane etc.

De la ideea de afaceri la decizia de înființare



B. Exemplu de bună practică

Identificarea ideii de afaceri pentru FE KULTUR BIO SRL

Analiza pieței firmelor de exercițiu din România, la începutul anului școlar 2010-2011, a evidențiat faptul că există un număr redus de firme de exercițiu care comercializează legume și fructe, respectiv 2,1% din numărul total de firme de exercițiu, ceea ce denotă existența unei șanse mari de atractivitate pe piață.

Luând în considerare și preocuparea celor patru asociați pentru o alimentație cât mai naturală, s-au conturat rapid coordonatele de demarare a afacerii.

Ideea de afaceri pentru firma de exercițiu KULTUR BIO SRL (comercializarea de legume și fructe, comercializarea băuturilor naturale) s-a impus datorită următoarelor considerente:

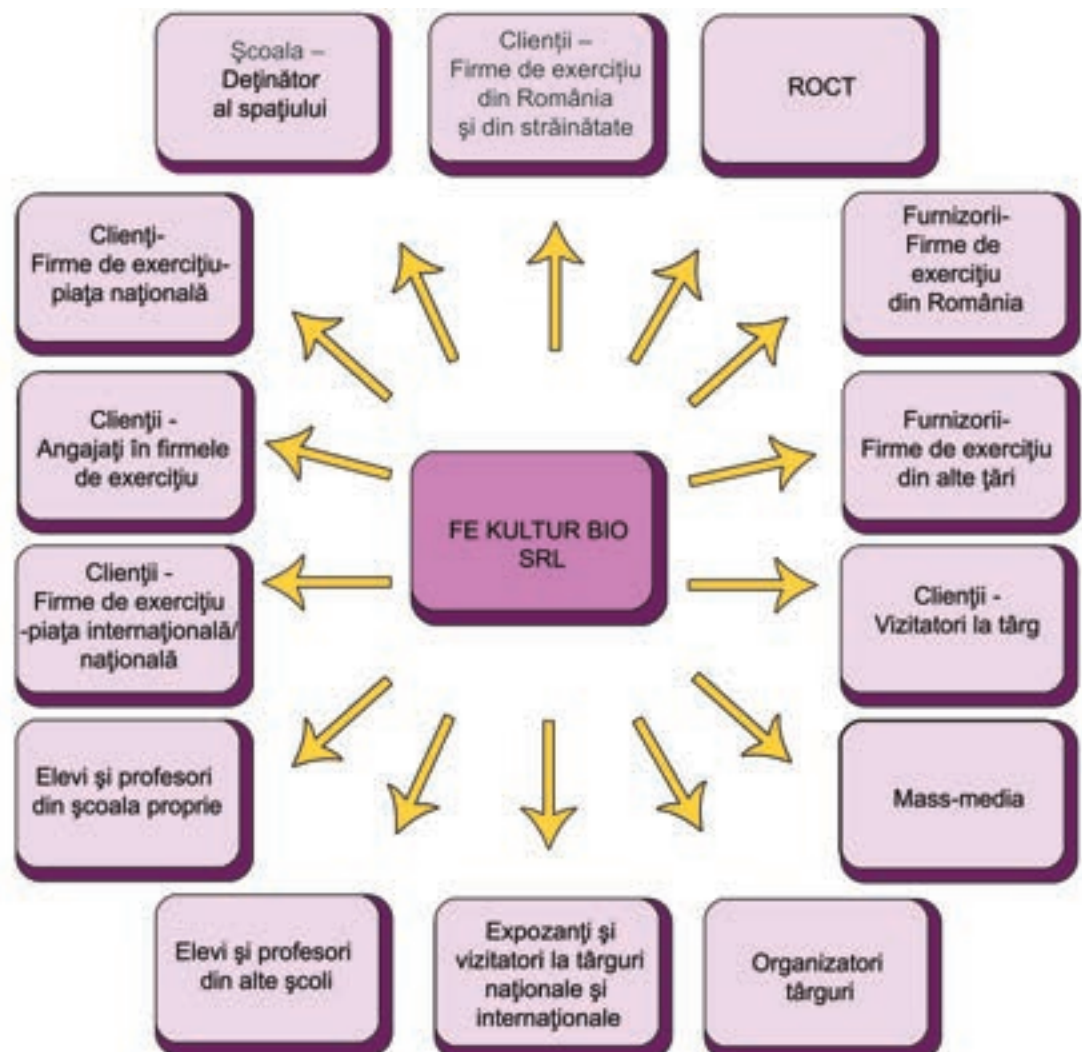
- existența declarată a nevoii de produse naturale, existența clienților (care pot fi o parte semnificativă dintre firmele de exercițiu și, totodată, angajații din firmele de exercițiu);
- existența potențialului de furnizare de produse;
- preocuparea pentru promovare a unui produs românesc;
- accentuarea preocupării oamenilor pentru o alimentație sănătoasă;
- mediatizarea accentuată a unei alimentații sănătoase;
- impact foarte bun pe piața firmelor de exercițiu.

Analiza mediului de marketing a partenerilor de interese reprezintă baza pentru planificarea activităților și derularea acestora.

Considerăm un aspect important promovarea firmei de exercițiu cu ajutorul mass-media și prin prezentări atât în școala proprie, cât și în alte școli.

Funcționalitatea firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL este dată de eficiența relaționării cu mediul extern.

Mediul de marketing al firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL



C. Activități practice

Activitatea 1

Denumire: Ideea de afaceri a firmei de exercițiu (alegerea obiectului de activitate)

Mod de lucru: Trei grupe de lucru a câte 5-6 persoane

Resurse:

- de timp: 1 oră;
- materiale: calculator, imprimantă, flipchart, markere, post-it-uri colorate.

Sarcini de lucru:

- Identificați și argumentați idei de afaceri din domeniul alocat grupei (comerț, turism, alte servicii decât turism);
- Stabiliți criteriile de apreciere și grila de evaluare;
- Selectați ideea de afaceri și motivați decizia de selecție;
- Încadrați ideea de afaceri în Clasificarea Activităților din Economia Națională (codul CAEN);
- Prezentați în plen;
- Consemnați în procesul-verbal al întâlnirii de lucru.

Recomandări:

- Se face o analiză a ideilor de afaceri din mediul real și din mediul virtual (pagina web a ROCT, pagini web ale firmelor reale, Registrul Comerțului).
- Se încurajează participanții pentru creativitate și pentru căutarea de argumente care să justifice o abordare inovativă și de perspectivă.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Grupa/firma de exercițiu _____

Nr. crt.	Ideea de afaceri	Descriere	Argumente pentru implementare	Argumente contra implementării	Rezultatul selecției DA/NU
1.					
2.					
....					

Activitatea 2

Denumire: Alegerea denumirii firmei de exercițiu

Mod de lucru: Aceleași grupe de lucru de 5- 6 persoane

Resurse:

- de timp: 1 oră;
- materiale: calculator, imprimantă, flipchart, markere, post-it-uri colorate.

Sarcini de lucru:

- Stabiliți denumirea firmei de exercițiu care să pună în practică ideea de afaceri elaborată anterior.
- Selectați denumirea pe baza punctajului total.
- Consemnați în procesul-verbal al întâlnirii de lucru.

Recomandări: Documentare pe pagina web a ROCT.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Grupa/firma de exercițiu _____

Nr. crt.	Denumirea firmei de exercițiu	Punctaj acordat de fiecare participant	Punctaj total	Obs.
1.				
2.				
....				

2.2. Alegerea formei juridice

A. Noțiuni teoretice

Firma de exercițiu este o firmă virtuală, care are un obiect de activitate stabilit pe baza unui studiu de piață încadrat conform clasificării activităților din economia națională (codurile CAEN armonizate cu NACE- Nomenclatorul Activităților din Comunitatea Europeană).

Forma juridică influențează organizarea firmei, respectiv:

- numărul de persoane asociate;
- capitalul social;
- aporturile la capital;
- procedura
- etc.



În mediul real de afaceri există societăți comerciale autorizate ca SA, SRL, SCS, SCA și SNC. Cele mai multe societăți comerciale sunt organizate sub forma de SRL- societate cu răspundere limitată.

Forma juridică a firmei de exercițiu are la bază modelul societății comerciale din mediul real. Societățile comerciale, în majoritatea cazurilor, se autorizează ca SRL, urmând ca în viitor să se transforme în SA pe măsură ce se extinde firma.

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Firma de exercițiu KULTUR BIO SRL se caracterizează prin:

- forma juridică – societate cu răspundere limitată;
- durata societății – perioadă nedeterminată;
- obiectul de activitate conform CAEN – 4631 Comerț cu ridicata al fructelor și legumelor – 4634 Comerț cu ridicata al băuturilor
- capital social - 160 000 lei;
- număr asociați – 4 (dețin cote egale de participare la capitalul social);
- aportul asociaților – numerar în cont;

- valoare parte socială – 1 600 lei;
- număr părți sociale – 100;
- deține spațiu pentru sediul social;
- colaborează cu o firmă-mamă;
- administrarea firmei de exercițiu se face de către un administrator.

C. Activitate practică

Denumire: Alegerea formei juridice de autorizare a firmei de exercițiu

Mod de lucru: Pe grupe de 5-6 persoane sau pe firme de exercițiu constituite

Resurse:

- de timp: 1 oră
- materiale: flipchart, post-it-uri, fișa de lucru

Sarcini de lucru:

- Alegeți forma juridică a firmei de exercițiu.
- Elaborați profilul firmei de exercițiu ținând cont de informațiile necesare pentru solicitarea autorizării, constituirii și funcționării firmei de exercițiu.

Recomandări:

- se analizează piața virtuală a firmelor de exercițiu;
- se studiază arhiva firmelor de exercițiu din școală;
- documentare la firma - mamă/ alte firme;
- se stabilesc elemente structurale pentru profilul firmei: forma juridică, durata societății, obiectul de activitate conform codului CAEN, sediul social, capitalul social, valoarea nominală a unei părți sociale, numărul de asociați, aportul fiecărui asociat, administratorul societății, firma-mamă.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Grupa/firma de exercițiu _____

Nr. crt.	Firma de exercițiu/Grupa	Încadrarea în timp cu realizarea sarcinii de lucru/ Punctaj acordat	Cerințele completate integral/ punctaj acordat	Corectitudinea datelor/ punctaj acordat	Punctaj obținut
1.					
2.					
....					

Punctajul minim care se poate obține pentru îndeplinirea sarcinii de lucru este de 70 de puncte.

2.3. Procedura de înființare a firmelor de exercițiu la ROCT și documentele aferente

A. Noțiuni teoretice

Înființarea unei societăți comerciale parcurge etapele prevăzute de legislația în vigoare. Respectarea acestora și corectitudinea documentației întocmite are ca obiective autorizarea constituirii și funcționării unei societăți comerciale.

În faza de înființare a firmei de exercițiu elevii se familiarizează cu terminologia de specialitate, etapele corespunzătoare, termenii de predare și documentația aferentă. Angajații din firma de exercițiu aplică conținuturile teoretice pe un model funcțional – firma de exercițiu.

Pregătirea pentru solicitarea autorizării este o etapă importantă care marchează întreaga procedură de constituire a firmei de exercițiu.

Cum înființăm o firmă de exercițiu

Pașii ce trebuie urmați pentru înființarea și autorizarea unei firme de exercițiu, sunt prezentați pe site-ul ROCT (www.roct.ro), la meniul **Firme de exercițiu**, submeniul **Înființarea unei firme**.

Prima pagină
a site-ului
www.roct.ro



Pentru a înregistra o firmă de exercițiu, profesorii și elevii trebuie să parcurgă următoarele etape:

- Culegere de informații referitoare la înființarea unei firme;
- Dezbateri în cadrul echipelor de elevi, sub îndrumarea profesorilor coordonatori, pe baza informațiilor colectate, asupra:
 - deciziei de constituire a unei firme de exercițiu;
 - alegerii obiectului de activitate;
 - alegerii denumirii;
 - stabilirii capitalului social;
 - nominalizării asociaților;
 - întocmirii documentației de constituire conform cerințelor ROCT.

Înființarea
unei firme de
exercițiu

Pentru înființarea unei firme de exercițiu la Centrala ROCT, se parcurg următorii pași:

1. Rezervarea denumirii firmei de exercițiu

Înainte de alegerea unei denumiri, este indicat să consultați secțiunea **Rețeaua FE** pentru a verifica disponibilitatea denumirii firmei de exercițiu. Denumirea unei firme de exercițiu poate conține cuvinte sau expresii ce se regăsesc în denumirea unei alte firme de exercițiu, dar nu poate fi identică.

Documentul **Cerere de rezervare denumire** se descarcă de pe site-ul www.roct.ro și se completează, înscriindu-se trei denumiri în ordinea preferințelor. Reprezentanții firmei de exercițiu ce urmează a fi înființată vor trimite documentul completat, scanat, prin email, la adresa: rezervare.denumire@roct.ro

2. Înregistrarea firmei de exercițiu pe platforma www.roct.ro

Utilizarea platformei roct.ro necesită crearea unui cont pentru noua firmă de exercițiu, cont ce va fi folosit ulterior pentru înregistrarea tranzacțiilor, comunicarea cu celelalte firme, descărcarea documentelor necesare în colaborarea cu celelalte firme și alte activități specifice.

Pașii pentru înregistrarea firmei pe www.roct.ro sunt următorii:

- Reprezentanții firmei de exercițiu accesează în browser adresa www.roct.ro
- În partea superioară a paginii se apasă link-ul „**Cont nou**”.
- În noua pagină afișată se bifează opțiunea „**Firmă de exercițiu**”. Este afișat formularul de înregistrare.
- În pagina formularului de înregistrare se completează câmpurile astfel:
 - » **Denumirea:** denumirea unică a firmei precedată de FE pentru firme de exercițiu sau IS pentru întreprinderi simulate și urmată de abrevierea formei de organizare (SRL sau SA)
 - » **Email:** email-ul oficial al firmei de exercițiu (reprezintă și numele de utilizator pentru autentificare pe site)

- » **Parola:** parola pentru autentificare pe site
 - » **Repetă parola:** confirmarea parolei
 - » **CAEN:** codul și denumirea obiectului (obiectelor) de activitate
 - » **Județ:** județul în care este localizată unitatea de învățământ
 - » **Oraș:** orașul în care este localizată unitatea de învățământ
 - » **Școală:** unitatea de învățământ. Adresa unității de învățământ se completează automat.
 - » **Telefon:** telefonul unității de învățământ
 - » **Fax:** faxul unității de învățământ
 - » **Website:** site-ul firmei de exercițiu
 - » **Capital social:** capitalul social de pornire
 - » **Părți sociale/acțiuni:** numărul de părți sociale/acțiuni
 - » **Profesor coordonator:** profesorul coordonator al firmei de exercițiu
 - » **Email:** email-ul profesorului coordonator
 - » **Telefon:** telefonul profesorului coordonator
 - » **Asociat și administrator:** administratorul firmei
 - » **Asociat:** asociatul/asociații firmei
- După completarea datelor în formular, utilizatorul apasă butonul „Aduagă firmă”.

În acest moment datele din formularul de înregistrare sunt transmise către centrala ROCT, firma fiind înregistrată în sistem cu starea „**Inactivă**”.

3. Completarea documentelor necesare pentru validarea firmei

Pentru ca noua firmă de exercițiu să devină activă atât pe platforma roct.ro, cât și în programul **Firma de exercițiu**, este necesară completarea documentelor de mai jos, verificarea acestora împreună cu profesorul coordonator și transmiterea lor, scanate și prin email, la adresa firma.de.exercitiu arond roct.ro.

Formularele pot fi descărcate din secțiunile **Firme de exercițiu – Documente** și respectiv **Întreprinderi simulate – Documente**.

- Cerere rezervare denumire
- Formular de înregistrare în baza de date FE
- Act constitutiv FE
- Cerere de eliberare a cazierului fiscal FE
- Cerere autorizare a funcționării FE
- Contract de închiriere FE
- Declarație privind autorizarea funcționării FE
- Declarație FE
- Formular pentru deschidere de cont FE
- Specimen de semnături FE

4. Validarea firmei și primirea documentelor oficiale ale firmei de exercițiu

Pe baza documentelor primite, ROCT validează firma de exercițiu. Din acest moment, firma începe să funcționeze alături de celelalte în rețea, având posibilitatea să realizeze tranzacții virtuale și să participe la târguri naționale și internaționale desfășurate în România sau în alte țări.



Din acest moment firma de exercițiu își poate începe activitatea prin derularea de tranzacții, participarea la târguri/expoziții, plata contribuțiilor, înscrierea la competiții și evaluări.

AUTORIZAREA FIRMEI DE EXERCIȚIU – SITUAȚII:

- **FIRMA CONTINUATĂ** – firma de exercițiu se continuă cu aceiași elevi – situație în care a fost autorizată o firmă în clasa a XI-a și se prevede continuarea ei și în clasa a XII-a.
- **FIRMA PRELUATĂ** – firmă care a existat în primii ani de la înființarea rețelei firmelor de exercițiu, nu a mai fost continuată și se preia de către alți elevi în anul școlar curent.

- **FIRMA NOUĂ** – firmă nouă, dacă nu există în școală alte firme de exercițiu pentru a fi preluate. Se transmite la ROCT cererea de rezervare a denumirii agreate, urmând ca după primirea confirmării denumirii de la ROCT, firma să trimită documentele de înființare (conform precizărilor).



Firmele de exercițiu autorizate într-o școală vor fi preluate de către alte generații de elevi. Pentru preluarea firmei de exercițiu se respectă precizările ROCT publicate la momentul respectiv pe pagina web (www.roct.ro).

Continuarea unei firme

Pentru continuarea unei firme de exercițiu, se parcurg următorii pași:

1. Completarea documentelor necesare pentru validarea firmei

Pentru ca firma de exercițiu să devină activă atât pe platforma roct.ro, cât și în programul Firma de exercițiu, este necesară completarea documentului *Formular de înregistrare în baza de date*, verificarea acestuia împreună cu profesorul coordonator și transmiterea lui, scanat și prin e-mail, la adresa **firma.de.exercitiu@roct.ro**. Formularul poate fi descărcat din secțiunea Firme de exercițiu – Documente – Formulare necesare pentru continuarea unei firme de exercițiu.

2. Validarea firmei de exercițiu

Pe baza documentului transmis de către firma de exercițiu, ROCT activează firma de exercițiu în rețea. Fiind o firmă de exercițiu care își continuă activitatea cu aceiași elevi, aceasta nu mai trebuie să se înregistreze pe platforma roct.ro, datele care se modifica trebuind să apară în formularul de înregistrare în baza de date.

Odată validată, firma **continuă să funcționeze** cu aceiași asociați, alături de celelalte firme, având posibilitatea să realizeze tranzacții virtuale și să participe la târguri ale firmelor de exercițiu din țară și străinătate.

Preluarea unei firme

Pentru preluarea unei firme de exercițiu, se parcurg următorii pași:

1. Completarea documentelor necesare pentru validarea firmei

Pentru ca firma de exercițiu să devină activă atât pe platforma roct.ro, cât și în programul Firma de exercițiu, este necesară completarea documentelor de mai jos, verificarea acestora împreună cu profesorul coordonator și transmiterea lor, scanate și prin e-mail, la adresa **firma.de.exercitiu@roct.ro**.

Formularele pot fi descărcate din secțiunea Firme de exercițiu – Documente – Formulare necesare pentru preluarea unei firme de exercițiu

- Act adițional la actul constitutiv
- Cerere de eliberare a cazierului fiscal pentru firma de exercițiu
- Contract de cesiune pentru firma de exercițiu
- Contract de închiriere pentru firma de exercițiu
- Declarație
- Formular pentru înregistrarea în baza de date
- Hotărârea adunării generale

2. Validarea firmei de exercițiu și primirea documentelor oficiale

Pe baza documentelor transmise de către firma de exercițiu, ROCT activează firma de exercițiu în rețea. Fiind o firmă preluată, aceasta nu mai trebuie să se înregistreze pe platforma roct.ro, datele care se modifică trebuind să apară în documentele de preluare.

Odată validată, firma începe să funcționeze cu alți acționari, alături de celelalte firme, având posibilitatea să realizeze tranzacții virtuale și să participe la târguri ale firmelor de exercițiu din țară și străinătate.

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Pentru înființarea firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL au fost transmise la ROCT actele corespunzătoare și s-a primit documentația de înregistrare și autorizare a funcționării firmei de exercițiu.
(Vezi CD – înființarea unei firme de exercițiu – KULTUR BIO SRL – exercițiu didactic)

C. Activitate practică

Denumire: Completarea documentației de solicitare a constituirii și autorizării funcționării firmei de exercițiu

Mod de lucru: Se organizează echipele:

- pe firmele de exercițiu constituite (fiecare firmă de exercițiu va completa setul de documente) sau
- pe grupe de 5-6 persoane se va completa câte un set de documente, parte a documentației de constituire.

Resurse:

- de timp: 90 minute;
- materiale: PC conectat la internet, consumabile, imprimantă;

Sarcini de lucru:

1. Identificați etapele de constituire;
2. Identificați documentele care fac parte din dosarul de solicitare a autorizării constituirii și funcționării firmei;
3. Completați și transmiteți documentele;
4. Arhivați documentele;
5. Evaluați și oferiți feedback asupra modului de derulare a acestei etape.

Recomandări:

- Utilizarea arhivei firmelor de exercițiu existente în școală;
- Pregătirea formularelor ce urmează a fi completate;
- Procesarea documentelor,
- Verificarea încrucișată a corectitudinii completării documentelor;
- Documentarea la firma parteneră.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Firma de exercițiu/Echipa: _____

Nr. crt.	Criterii	Nesatisfăcător (4)	Foarte bine (10)
1	Modul de completare a documentelor	Câmpuri necompletate	Toate câmpurile completate
2	Corectitudinea datelor	Date incorecte	Formulare completate corect
3	Corectitudinea exprimării	Greșeli care denaturează mesajul	Limba profesională fără greșeli de exprimare

Profesorul-coordonator evaluează și modul de încadrare în timp.

2.4. Ciclul de viață al unei firme de exercițiu

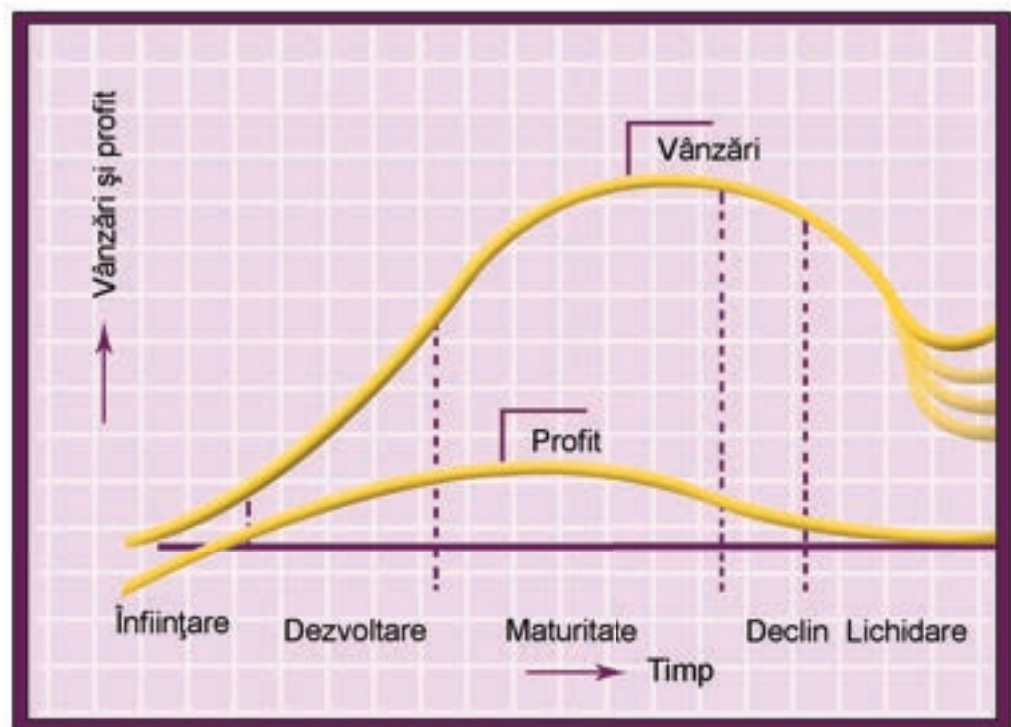
A. Noțiuni teoretice

Într-o economie de piață apar și dispar un număr foarte mare de societăți. Crearea de noi afaceri este un fenomen „natural” al oricărei economii sănătoase în care există libertatea inițiativei economice private; este un proces normal determinat de ciclul de viață al firmei, de condițiile mediului economic, social, geografic și politic.

Același lucru se întâmplă și pe piața virtuală a firmelor de exercițiu. Acestea parcurg, în existența lor, un ciclu format din patru etape:

1. înființare (lansare);
2. dezvoltare (creștere);
3. maturitate;
4. declin.

Ciclul de viață al firmei de exercițiu



1. **Faza de înființare** se caracterizează prin faptul că firma de exercițiu identifică și valorifică o idee de afaceri nouă sau derivată din afacerea propriu-zisă. De exemplu, se decide introducerea unui nou produs pe piață în urma unor studii și analize riguroase, ancorate în realitate, cu scopul accelerării vânzărilor și obținerii de profit.
2. **Faza de dezvoltare (creștere)** este caracteristică perioadei de implementare a ideii de afaceri. La început se înregistrează o creștere ușoară a vânzărilor, pe măsură ce ideea de afaceri se extinde. Profiturile sunt mici datorită cheltuielilor ridicate de pregătire și lansare. Insistând pe îmbunătățirea produsului, promovare, distribuție și preț, firma de exercițiu poate obține o poziție dominantă pe piața virtuală.
3. **Faza de maturitate** este perioada de încetinire a ritmului vânzărilor, deoarece produsul a fost acceptat de majoritatea cumpărătorilor potențiali. Profitul scade datorită creșterii cheltuielilor de marketing efectuate pentru contracararea concurenței. Oferta fiind mare iar cererea constantă, prețurile produselor scad. Se are în vedere îmbunătățirea caracteristicilor produselor și susținerea acestora prin campanii de promovare.

4. **Faza de declin** este perioada când vânzările și profiturile scad într-un ritm rapid. Acestea pot ajunge la zero sau pot scădea până la un nivel la care să rămână mult timp sub valorile estimate inițial. În acest caz singura soluție rămâne micșorarea prețurilor și a cheltuielilor legate de personal, promovare, distribuție. Echipa managerială a firmei de exercițiu analizează situația existentă și se orientează spre una din posibilele decizii:
- suspendarea activității în firma de exercițiu;
 - lichidarea voluntară a firmei de exercițiu;
 - cesiunea de părți sociale;
 - schimbarea/extinderea obiectului de activitate.



Este important ca angajații din firma de exercițiu să anticipeze dificultățile fiecărei etape și să identifice măsurile care se pot lua pentru redresarea acestora. Elevii angajați în firmele de exercițiu, respectiv viitorii angajați/antreprenori trebuie să fie pregătiți pentru a face față cu succes oricărei situații.

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Introducerea pe piață a unui produs nou de către firma de exercițiu KULTUR BIO SRL

În anul 2009, firma de exercițiu KULTUR BIO SRL a fost înregistrată cu obiect de activitate încadrat la COD CAEN 4631, Comerț cu ridicata al fructelor și legumelor și COD CAEN 4634, Comerț cu ridicata al băuturilor. În anul 2010, KULTUR BIO SRL a comercializat fructe și băuturi naturale din fructe.

În prima fază, KULTUR BIO SRL a investit în amenajarea de spații de vânzare, depozite și prospectarea pieței. Furnizorii au fost selectați după o verificare atentă a poziției pe piață și a recomandărilor celorlalți clienți.

În faza de dezvoltare s-au înregistrat venituri mari, mai ales pe fondul unei concurențe reduse. **În faza de maturitate** se înregistrează o menținere a volumului de vânzări. Apar însă și alte firme de exercițiu în rețea, volumul vânzărilor stagnează, prețul de vânzare scade, cheltuielile cresc datorită intensificării acțiunilor de promovare a produselor firmei și de fidelizare a clienților, profitul firmei se micșorează.

Apare faza de declin când scad vânzările, implicit profitul și se impune o modificare în strategia firmei. Echipa managerială a decis extinderea obiectului de activitate al firmei de exercițiu, pentru a crește profitul față de anul 2010.

Ideea de afaceri se referă la deschiderea unui local preponderent vegetarian (prelucrare minimală a fructelor și legumelor), în primă fază într-o singură locație, cu intenția de extindere în funcție de evoluția vânzărilor.

C. Activitate practică

Denumire: Ciclul de viață al unei firme de exercițiu

Mod de lucru: Trei grupe de lucru, obiect de activitate diferit/domenii diferite sau firme de exercițiu constituite

- Resurse:**
- de timp: 1 oră;
 - materiale: calculator, imprimantă, flipchart, markere, post-it-uri colorate.

- Sarcini de lucru:**
- Proiectați acțiunile firmei în cadrul fiecărei faze (minim o acțiune);
 - Previzionați consecințele acțiunilor de mai sus (minim o consecință);
 - Stabiliți un plan de măsuri pentru fiecare fază (minim unul pentru un item);
 - Prezentați în plen (se utilizează flipchart-ul).

- Recomandări:**
- Se face o analiză de genul: CE? CINE? CUM? PÂNĂ CÂND?;
 - Se încurajează elevii pentru creativitate și pentru căutarea de soluții viabile;
 - Se discută afirmațiile emise;
 - Se stabilesc priorități de acțiune.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Grupa/firma de exercițiu _____

Nr. crt.	Explicații	Punctaj (se acordă câte 1 punct pentru fiecare item)*
1	Acțiuni: a. b.	
2	Consecințe a. b.	
3	Măsuri: a. b.	
	TOTAL	

*Se punctează doar în situația în care la fiecare acțiune există minim o consecință și minim o măsură de rezolvare. Se apreciază modul de încadrare în timp pentru rezolvarea sarcinii de lucru.

2.5. Procesul de recrutare în firma de exercițiu (anunțuri pentru locurile de muncă, scrisoare de intenție, CV Europass, interviu, teste de angajare, selecția personalului, contractul de muncă și angajarea)

A. Noțiuni teoretice

Punerea în aplicare a ideii de afaceri este realizată de angajații recrutați pe posturile din cadrul firmei de exercițiu.

Recrutarea resurselor umane reprezintă un ansamblu de acțiuni întreprinse de o firmă pentru a atrage candidații care posedă competențele necesare ocupării imediate sau viitoare a unui post.

Metode de recrutare :

- publicarea anunțurilor în cadrul firmei;
- apelarea la cererile de angajare publicate în presă de către persoane aflate în căutarea unui loc de muncă;
- agențiile de recrutare;
- recrutarea în școli, licee și universități;



- recrutarea prin mass-media;
- recrutarea prin internet.

Etapele procesului de recrutare a resurselor umane

Etapa 1 Pregătirea recrutării

Descrierea postului se realizează prin intermediul „Fișei postului” și este o condiție indispensabilă a recrutării. Definirea profilului candidatului are ca obiectiv descrierea persoanei ideale care poate ocupa postul respectiv, indicând cea mai mare parte a însușirilor ce se așteaptă din partea acestuia (formare, experiență, aptitudini etc.).

Etapa a 2-a Identificarea candidaților

Se poate realiza fie prin prospectare internă, adică prin selectarea unui angajat existent, fie prin candidaturi externe, din afara firmei.

Etapa a 3-a

Selecția candidaților - presupune un ansamblu de acțiuni și decizii, prin care se aleg, în vederea angajării, acei candidați care întrunesc calitățile, deprinderile și aptitudinile necesare ocupării unui anumit post.

- Selecția preliminară:** analiza scrisorilor de intenție și a Curriculum Vitae în raport cu exigențele postului;
- Candidații reținuți în urma preselecției completează un **chestionar**, care are scopul de a oferi maximum de informații asupra propriei persoane.
- Aplicarea testelor:**
 - **Testele psihologice**, cu ajutorul cărora se poate realiza o evaluare a personalității candidatului, a intereselor și motivațiilor acestuia.
 - **Testarea potențialului, a cunoștințelor și a abilităților profesionale:**
 - **teste de aptitudini** – evaluează potențialul candidatului corespunzător cerințelor postului;
 - **teste de cunoștințe** – evaluează capacitatea individului de a își folosi cunoștințele dobândite în rezolvarea unor probleme impuse de sarcinile postului pentru care candidează;
 - **teste de performanță** – „probe practice”;
 - **centrele de evaluare** (testele scrise, discuțiile în grup, simulări interactive cu ajutorul computerului, studii de caz, exerciții de soluționare a conflictelor).
- Interviul** – utilizat atât în selecția, cât și în promovarea, transferul sau evaluarea performanțelor angajaților din cadrul unei firme.

Principiile și punctele cheie pentru o selecție reușită cu ajutorul interviului sunt următoarele:

- o pregătire prealabilă atentă;
- studierea informațiilor despre candidat;
- pregătirea condițiilor în care se desfășoară interviul;
- realizarea unei atmosfere destinsă, care să înlesnească o comunicare eficientă;
- utilizarea întrebărilor deschise, care să ofere posibilități de comentarii;
- evitarea unor judecăți personale;
- ascultarea atentă a candidatului și încurajarea acestuia.



Candidații declarați „Admis” vor fi numiți, prin decizia managerului, pe postul pentru care s-a organizat concursul.

Anunțul de recrutare

Firmele reale publică oferte de locuri de muncă în ziare locale și naționale sau pe site-uri specializate. Pentru a simula această activitate în cadrul firmelor de exercițiu, personalul va fi angajat în urma publicării posturilor vacante din cadrul FE.

1.	Structura unui anunț de recrutare	Un anunț de recrutare cuprinde: <ul style="list-style-type: none"> • identitatea firmei de exercițiu; • postul propus; • profilul candidatului (pregătire și experiență); • perspective profesionale.
2.	Locul de publicare	În cadrul firmei de exercițiu, anunțurile privind posturile vacante se pot publica: <ul style="list-style-type: none"> • pe pagina web a școlii, secțiunea FE; • în ziarul FE din școală; • la laboratorul FE din școală.
3.	Modul de interpretare	Este necesar să se identifice: <ul style="list-style-type: none"> • firma de exercițiu care propune postul respectiv; • postul propus/locul de muncă; • cerințele referitoare la candidat.
4.	Răspunsul	Se depune un dosar personal/de candidatură, care conține: scrisoarea de intenție, CV-ul, alte documente specifice.

Scrisoarea de intenție

O scrisoare de intenție sau de motivație însoțește cererea de angajare și rezumă informațiile care au fost cuprinse în CV. Ea poate să aducă în prim plan și calificările relevante care pot lipsi sau sunt disipate în CV.



O scrisoare de intenție este mijlocul perfect prin care poți să îi prezinți angajatorului mai multe detalii despre tine ca persoană: care sunt realizările tale, ce abilități ai pentru acest job, în ce mod te exprimi.

Ce trebuie să știi pentru a realiza o scrisoare de intenție reușită ?

1. Axează-te pe necesitățile angajatorului, prezintă-te ca o soluție a problemelor pe care firma le întâmpină.
2. Gândește-te să răspunzi întrebărilor angajatorului:
 - Ce poți face pentru această firmă?
 - Care este situația ta curentă?
 - Ești calificat pentru acest job?
 - De ce vrei să lucrezi pentru ei?
3. Fii scurt și la obiect, folosește propoziții scurte. Împarte textul în 3-4 paragrafe despărțite printr-un spațiu.
4. Scrie așa cum vorbești, dar îngrijit. Pentru un plus de originalitate, combină limbajul formal, respectuos, cu stilul simplu, conversațional .
5. Fii pozitiv! Folosește un ton optimist și plin de energie, îl va molipsi și pe angajator!



- **Încearcă să descrii cum poți contribui la reușitele firmei, păstrând o notă încrezătoare și modestă în același timp.**
- **Dând dovadă de entuziasm și atitudine pozitivă, vei crea o scrisoare de intenție de succes.**

Recomandări pentru o scrisoare de intenție reușită

Scrisoarea de intenție perfectă	Greșeli de neiertat într-o scrisoare de intenție
<ul style="list-style-type: none"> • menționează denumirea jobului • este adresată persoanei corespunzătoare • clară și concisă • personalizată în funcție de firmă și de locul de muncă dorit • corectă ortografic și gramatical • imprimată perfect, pe o coală albă imaculată 	<ul style="list-style-type: none"> • scrisoarea de intenție de 3 rânduri sau de 3 pagini • copierea unei scrisori de intenție standard • neglijarea punerii în pagină • scrisoare datată cu 3 luni înainte • frazele foarte lungi • minciunile, exagerările • repetarea ideilor din CV



Evitarea greșelilor de orice tip în scrisoarea de intenție și redactarea ei cu maximum de atenție și interes, va crește șansele de reușită în fața altor candidați și va permite să prezentați un dosar demn de luat în considerare de către angajator.

CV (Curriculum Vitae)

CV, Curriculum Vitae sau Resume (lb. eng), reprezintă cartea de vizită a oricărei persoane și are ca obiectiv principal atragerea atenției angajatorului pentru a obține o întâlnire în scopul angajării.



Când redactați un CV, vă întrebați adesea ce competențe să scoateți în evidență ca să obțineți un interviu. Însă pentru a reuși, important este să știți ce caută angajatorul într-un CV.

- Puneți accentul pe educație și formare, dacă experiența profesională este cea care vă lipsește într-un CV. Detaliați toate diplomele obținute, precum și stagiile, proiectele la care ați luat parte și competențele dobândite.



- Puteți prezenta pe scurt stagiile de practică pe care le-ați urmat și nu uitați de activitățile de voluntariat, care pot fi luate în considerare ca și experiență în CV.
- Este nevoie de valorificarea la maximum a tuturor rubricilor, inclusiv cele legate de petrecerea timpului liber și hobby-uri, care pot fi un mijloc important de a vă contura personalitatea.
- De asemenea, un punct forte într-un CV pentru o persoană fără experiență îl au competențele lingvistice și informatice. Detaliați în această rubrică specială toate limbile străine și nivelul de cunoaștere al acestora, precum și toate cunoștințele legate de utilizarea calculatorului.
- Atunci când redactați un CV trebuie să țineți cont de sfaturile specialiștilor pentru a reuși să-i impresionați pe angajatori.

Reguli de aur în elaborarea CV-ului!

1. Scoateți în evidență competențele sau obiectivul profesional.
2. Vorbiți despre activități și sarcini, mai mult decât despre statut și funcții.
3. Fiți preciși asupra misiunilor sau realizărilor concrete, asupra rezultatelor obținute.
4. Fiți concizi, un CV de maximum două pagini este suficient, indiferent de experiență.
5. Trebuie să aveți grijă la forma CV-ului, prezentarea lui și a conținutului.
6. Oferiți angajatorului toate datele voastre de contact.
7. CV-ul trebuie să fie realist, metodic, sistematizat și original.

Recomandări pentru elaborarea CV-ului

Elementele CV-ului	De reținut!	De evitat!
Informații personale <ul style="list-style-type: none"> Nume, prenume Adresă Telefon/Fax E-mail Naționalitate Data nașterii Starea civilă 	Scrieți numele exact ca în cartea de identitate Nu omiteți codul poștal Nu uitați prefixul (țară,oraș) nume.prenume@domeniu.tld zi, lună, an Fiți scurt: celibatar/divorțat văduv/căsătorit, număr de copii	Informațiile de prisos cum ar fi: <ul style="list-style-type: none"> numele de dinainte de căsătorie numele soțului/ soției date referitoare la aspectul fizic (cei ce vor dori astfel de informații vor solicita o fotografie)
Educație și formare <ul style="list-style-type: none"> Perioada Numele și tipul instituției de învățământ Domeniul studiat Tipul calificării, diploma obținută Nivelul de clasificare al formei de instruire 	Descrieți separat fiecare formă de învățământ și program de formare profesională urmate, începând cu cea mai recentă Indicați nivelul cel mai înalt al studiilor Dacă aveți diplome în mai multe domenii indicați-le doar pe cele care au legătură cu postul solicitat	Nu mințiți! Nu pretindeți că sunteți absolvent al unei anumite școli sau curs de formare când ați urmat cursurile unei școli mai puțin renumite!
Experiența profesională <ul style="list-style-type: none"> Perioada Numele și adresa angajatorului Tipul activității Funcția sau postul ocupat Principalele activități și responsabilități Rezultate obținute 	Este inima C.V-ului! Începeți cu cea mai recentă activitate Precizați toate informațiile solicitate, descrieți-le cu atenție, nu exagerați cu detaliile, fiți clari și concisi, selectați cele mai reprezentative activități/ responsabilități	Nu exagerați! S-ar putea să se ceară referințe de la foștii dumneavoastră șefi! Pentru toate informațiile prezentate puteți atașa documente doveditoare: <ul style="list-style-type: none"> contracte de muncă adeverințe certIFICATE
Aptitudini și competențe personale Limbi străine cunoscute <ul style="list-style-type: none"> Abilitatea de a citi, scrie, vorbi 	Enumerați limbile cunoscute și indicați nivelul pe fiecare aptitudine	Nu mințiți niciodată asupra nivelului de cunoaștere a unei limbi străine Nu indicați: 5 ani de engleză, 2h/ săptămână Nu trebuie să întocmiți o listă lungă de activități diverse
Aptitudini și competențe <ul style="list-style-type: none"> Artistice Sociale Organizatorice Tehnice Permis de conducere 	Descrieți aceste competențe și aptitudini și indicați în ce context le-ați dobândit. (olimpiade, concursuri, competiții, târguri, simpozioane, sesiuni de comunicări științifice, cercuri de specialitate, cenacluri literare, redacții ale unor reviste școlare etc.)	Nu trebuie să faceți caz de activități cu conotație politică, religioasă, mondenă Nu indicați aptitudini sau competențe pe care nu le-ați dobândit, doar ca să dea bine în C.V
Informații suplimentare	De exemplu: persoane de contact, referințe	
Anexe	Enumerați documentele atașate C.V-ului, dacă este cazul	

Ce caută angajatorii în CV?

- dacă experiența și competențele din CV corespund cu termenii și cerințele din anunțul de angajare.
- modul în care competențele și experiența voastră vă diferențiază de ceilalți candidați.



Determinant pentru următoarele etape ale procesului de recrutare, CV-ul trebuie să stimuleze curiozitatea angajatorului și să-l convingă să-și dorească să vă întâlnească.

Interviul



După analiza dosarelor depuse de candidați (scrisoare de intenție, CV, scrisoare de recomandare), persoanele alese vor fi invitate:

- la un interviu (prin telefon sau față în față) după care pot avea loc teste medicale, de aptitudini, de inteligență, profesionale etc.;
- la o serie de interviuri (cu șeful direct, cu managerul de resurse umane, cu managerul general).

Etapele interviului

Faza	Obiective	Activitățile interviuatorului
Deschidere	Crearea unui climat relaxant pentru candidat și familiarizarea acestuia cu specificul firmei	<ul style="list-style-type: none"> • salutați candidatul utilizând numele său • prezentați-vă • explicați scopul interviului • prezentați elementele care permit atingerea scopului și verificați înțelegerea lor de către candidat
Derulare	Colectarea de informații	<ul style="list-style-type: none"> • puneți întrebări referitoare la biografie, competențe relevante pentru post, aspecte din CV • ascultați • răspundeți la întrebări
Încheiere	Încheierea interviului și informarea cu privire la acțiunile viitoare	<ul style="list-style-type: none"> • rezumați aspectele discutate • verificați dacă mai dorește candidatul să pună întrebări suplimentare • precizați ce urmează să se întâmple și când

La interviu, candidații se pot aștepta la întrebări de genul:

- Ce știi despre domeniul în care își desfășoară activitatea firma noastră?
- Ce contribuție poți aduce pentru îmbunătățirea activității firmei noastre?
- Cu ce probleme crezi că se va confrunta firma în următorii ani?
- Ce puncte forte și ce puncte slabi ai?
- Ești satisfăcut de cariera ta de până acum?
- Ce situație de criză ai întâmpinat recent și cum ai rezolvat-o?
- Care sunt deciziile care ți se par greu de luat?
- De ce ai plecat de la fostul loc de muncă?
- Ce sarcini îndeplineai la fostul loc de muncă?
- De ce vrei să lucrezi în această firmă?
- De ce ești în căutarea unui nou loc de muncă?
- Dă-ne câteva motive pentru care ar trebui să te angajăm?
- Care sunt obiectivele tale profesionale? Unde te vezi peste 5/10 ani?
- Cum te-ai descrie (caracter, conduită, stil de muncă)?
- Ai calități de lider? Care sunt acestea și cum le poți demonstra?
- Îți place munca în echipă? Poți da câteva exemple?
- Dacă ar fi să cerem referințe despre activitatea ta cui să ne adresăm?

Candidații ideali pentru angajatori:

1. au obiective precise;
2. au un plan pus la punct;
3. trec imediat la acțiune;
4. își asumă responsabilitatea pentru faptele lor;
5. sunt entuziaști;
6. lucrează pentru dezvoltarea personală;
7. sunt persoane echilibrate.



Este foarte importantă pregătirea pentru interviu, improvizatia nu este cea mai bună alegere! Limbajul nonverbal este un mijloc de exprimare a personalității.

Sfaturi pentru reușita unui interviu

Sfaturi pentru a face o impresie bună la un interviu	Lucruri de evitat pe parcursul interviului
<ul style="list-style-type: none"> • Documentează-te despre firmă și locul de muncă pentru care aplici • Îmbracă-te corespunzător pentru un interviu. Este absolut necesar să ai o ținută curată și îngrijită • Când mergi la interviu fă cel puțin trei copii suplimentare ale CV-ului și ale scrisorii de intenție • Fii punctual. Încearcă să ajungi cu cel puțin 15 minute mai devreme • Fii vesel, sincer și deschis • Chiar dacă ești supărat sau stresat, fă să pară că totul este bine • Selectează cu atenție glumele pe care le spui • Ai grijă la amănuntele importante (numele firmei, denumirea postului) • Gândește înainte să vorbești. Vorbește clar și cu încredere • Mulțumește interviewerului pentru timpul acordat 	<ul style="list-style-type: none"> • Nu-l face pe angajator să-și piardă timpul • Nu-ți vorbi de rău fostul angajator sau loc de muncă • Înainte de a merge la interviu nu lua medicamente calmante sau energizante • Ai grijă ca pe Internet să nu existe fotografii cu tine în ipostaze nepotrivite • Sub nicio formă nu mesteca gumă în timpul interviului • Nu-ți da mai multă importanță decât trebuie • Nu te simți prea confortabil • Evită stereotipurile sau limbajul comun într-un interviu • Nu minți, chiar și o exagerare este privită tot ca o minciună • Nu zâmbi fără motiv • Evită coafurile, machiajele și bijuteriile stridente • Nu folosi în exces neologisme, arhaisme sau regionalisme • Atenție la limbajul trupului!

După ce au fost luate în calcul toate dovezile (CV, teste, scrisori de recomandare, interviuri) se ia decizia finală. Se face o ofertă de angajare candidatului selectat, pe care acesta o poate accepta sau respinge.

Contractul de muncă

Contractul individual de muncă reprezintă actul prin care un angajat se obligă să presteze munca pentru și sub autoritatea unui angajator, în schimbul unui salariu.

Pentru a fi sigur, atunci când obții un post, că ai un contract individual de muncă valabil și în acord cu legea, trebuie să fii atent la câteva elemente esențiale care trebuie să se regăsească în forma scrisă pe care o semnezi.



Dacă sunteți la semnarea primului contract, asta nu înseamnă că nu puteți negocia. Aceasta înseamnă a-ți manifesta interesul pentru viitoarele condiții de muncă, deci pentru viitorul job!

Ce conține un contract individual de muncă ?

- Data de aplicare a contractului;
- Durata perioadei de probă și a preavizului;
- Orarul de muncă și numărul de ore care trebuie efectuate;

- Atitudinea față de orele suplimentare (care este numărul maxim de ore ce poate fi plătit);
- Calificarea și postul pentru care sunteți angajat;
- Adresa unde veți desfășura activitatea;
- Salariul cu care o să fiți recompensat;
- Durata concediului plătit;
- Rambursarea cheltuielilor efectuate în scop profesional;
- Diversele clauze de confidențialitate, de mobilitate, clauza de formare profesională și de neconcurență;
- Condițiile în care puteți beneficia de o formare.

Atunci când se semnează un contract individual de muncă trebuie ca jobul obținut să satisfacă așteptările angajatului, iar prevederile stabilite cu angajatorul să fie optime pentru angajat.



Tinerii sub 18 ani pot încheia contracte pentru un timp de lucru de 6 ore pe zi, nu pot lucra suplimentar sau în schimbul de noapte și au dreptul la un concediu de odihnă suplimentar de 24 de zile.

B. Exemple de bună practică

Exemplul 1 Anunț de recrutare

FE KULTUR BIO SRL din Sinaia, recunoscută în domeniul comerțului cu fructe, legume și băuturi bio, angajează:

Director de resurse umane

Responsabilități principale:

- planificarea, organizarea și supervizarea activităților din cadrul departamentului de resurse umane;
- urmărirea activității de salarizare și stimulare a personalului;
- coordonarea realizării și implementării unui sistem de evaluare a performanțelor profesionale ale angajaților.

Cerințe:

- Studii economice;
- Cunoștințe limbă engleză (scris și vorbit);
- Cunoștințe limbă germană (preferabil);
- Experiență practică în domeniu.

Se oferă: pachet salarial atractiv.

Persoanele interesate pot depune CV-ul și scrisoarea de intenție la sediul firmei noastre din localitatea Sinaia, cod poștal: 300420, Str. Formator, nr. 4, Tel. 0756152340, ori prin e-mail: fe.kulturbio@yahoo.com.

Exemplul 2
Scrisoare de
intenție

Popescu Andrei dorește să se angajeze în cadrul FE KULTUR BIO SRL pe postul de director resurse umane. A realizat scrisoarea de intenție de mai jos:

Popescu Andrei
Eroii Revoluției, bloc B 5, sc. C, ap.15
București, România
Telefon: 0754.357896
E-mail: a.popescu@yahoo.com

15 mai 2011

Domnule Director,

Vă adresez această scrisoare de intenție ca răspuns la anunțul dumneavoastră pentru postul „director resurse umane”, vacant în firma de exercițiu KULTUR BIO SRL.

Sunt o persoană dinamică, perseverentă și ambițioasă, cu aptitudini foarte bune de comunicare, responsabilă, hotărâtă, interesată în perfecționarea profesională în domeniul economic.

Îmi doresc să am șansa de a lucra în firma dumneavoastră, unde aș putea să-mi pun în evidență capacitățile intelectuale și experiența acumulată în cei 3 ani de experiență în domeniul resurselor umane (conform CV anexat) pentru a îndeplini sarcinile și scopurile acesteia și pentru dezvoltarea carierei mele.

Dacă veți considera că motivația și calificarea mea sunt oportune pentru obținerea acestui post în cadrul firmei dumneavoastră, sunt disponibil în orice moment pentru a fi contactat în vederea discutării detaliilor unei posibile colaborări.

Vă mulțumesc,
Popescu Andrei

Exemplul 3
CV

Popescu Andrei dorește să se angajeze pe postul de resurse umane în cadrul FE KULTUR BIO SRL. Acesta este CV-ul său inclus în dosarul de candidatură

 Curriculum vitae Europass	
Informații personale	
Nume / Prenume	Popescu Andrei
Adresă(e)	Strada Constantin Rădulescu-Motru nr.7, bloc 6, scara A, apartament 10, Pitești, Argeș, România
Telefon(oane)	0348405060 Mobil: +40747179432
Fax(uri)	
E-mail(uri)	popescu_andrei@yahoo.com
Naționalitate(-tăți)	Română
Data nașterii	30.07.1984

Sex	Masculin				
Locul de muncă vizat / Domeniul ocupațional	Manager resurse umane FE KULTUR BIO SRL				
Experiența profesională					
Perioada	Iunie –septembrie 2010				
Funcția sau postul ocupat	Agent vânzări				
Activități și responsabilități principale					
Numele și adresa angajatorului	S.C. Altimpex S.R.L.				
Tipul activității sau sectorul de activitate	Comerț cu ridicata al calculatoarelor, echipamentelor periferice și software-lui				
Educație și formare					
Perioada	2008 - prezent				
Calificarea / diploma obținută					
Disciplinele principale studiate / competențe profesionale dobândite	Management, Marketing Fiscalitate, Contabilitate				
Numele și tipul instituției de învățământ / furnizorului de formare	Colegiul Economic				
Nivelul în clasificarea națională sau internațională	Nivel 3				
Aptitudini și competențe personale					
Limba(i) maternă(e)	Română				
Limba(i) străină(e) cunoscută(e)	Limba Engleză Limba Franceză				
Autoevaluare	Înțelegere		Vorbire		Scriere
Nivel european (*)	Ascultare	Citire	Participare la conversație	Discurs oral	Exprimare scrisă
Limba Engleză	C2 Utilizator experimentat	C1 Utilizator experimentat	C1 Utilizator experimentat	B2 Utilizator independent	B1 Utilizator independent
Limba Franceză	A2 Utilizator elementar	A2 Utilizator elementar	A1 Utilizator elementar	A1 Utilizator elementar	A2 Utilizator elementar
	(*) Nivelul Cadrelor Europene Comune de Referință Pentru Limbi Străine				
Competențe și aptitudini organizatorice	Abilitate de a coordona și/sau organiza proiecte culturale sau sportive, dobândită în urma participării la numeroase proiecte practice atât pe plan național cât și pe plan internațional, acțiuni de voluntariat, participare la seminarii și simpozioane, concursuri teoretice și competiții sportive				
Competențe și aptitudini tehnice	Aptitudini avansate de folosire a calculatorului și aparatelor anexate acestuia				
Competențe și aptitudini de utilizare a calculatorului	O bună stăpânire a pachetului de aplicații și programe Microsoft Office (Microsoft Office Word, Microsoft Office Excel, Microsoft Office PowerPoint) Cunoștințe elementare ale aplicațiilor grafice: Adobe PhotoShop, Corel Draw				
Competențe și aptitudini artistice	Pasionat de grafică pe calculator				
Alte competențe și aptitudini	Disponibilitate program prelungit Asumare rapidă a riscurilor și responsabilităților Coordonarea rapidă a muncii în echipă Pasiuni: Volei, tenis				
Permis(e) de conducere	Nu				
Informații suplimentare	Referințe – Ionescu Alexandru – Manager S.C. Altimpex S.R.L.				

C. Activități practice

Activitatea 1

Denumire: Realizarea scrisorii de intenție

Mod de lucru: Individual

Resurse:

- de timp – 15 minute;
- materiale - internet, calculator.

Sarcini de lucru:

- Redactați o scrisoare de intenție pentru angajarea în firma de exercițiu, pe postul de (stabilit prin tragere la sorți)

Recomandări:

- Se va întocmi documentul la nivelul de experiență/studii al elevilor, insistând pe aptitudini, competențe, abilități.

Activitatea 2

Denumire: Realizarea CV-ului

Mod de lucru: Individual

Resurse:

- de timp – 45 minute;
- materiale - internet, calculator.

Sarcini de lucru:

- Redactați un CV pentru participarea la interviul de angajare în firma de exercițiu.

Recomandări:

- Se va completa documentul în format Europass, on-line.
- După finalizarea lucrului, se vor prezenta două modele, aleator și se vor analiza în cadrul colectivului.

Activitatea 3

Denumire: Interviul de angajare

Mod de lucru: Pe grupe/firme de exercițiu constituite

Resurse:

- de timp – 1 oră;
- materiale - foi de flipchart, markere, post-it-uri, internet, calculator.

Sarcini de lucru:

- Realizați dosarele de candidatură;
- Organizați un interviu de angajare;
- Simulați activitățile din timpul interviului de angajare.

Recomandări:

- Se recomandă simularea comportamentelor corecte, dar și a celor incorecte din timpul unui interviu.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Firma de exercițiu _____

Obiect de activitate _____

Nr. crt.	Sarcină de lucru	Punctaj acordat (0, 1 sau 2 puncte)	Argumentare
1.	Conținutul dosarelor de candidatură		
2.	Organizarea interviului (logistică)		
3.	Desfășurarea interviului (etape)		
4.	Interpretarea rolului de intervievator		
5.	Interpretarea rolului de candidat		
	TOTAL		

Evaluarea se face de către alte grupe/firme de exercițiu. Interviul cu punctaj maxim este discutat în plen în vederea analizării punctelor tari și a punctelor slabe.

Activitatea 4

Denumire: Contractul de muncă

Mod de lucru: Grupe/firme de exercițiu constituite

Resurse:

- de timp – 45 minute;
- materiale – markere, post-it-uri, Internet, calculator.

Sarcini de lucru: Realizați contractul de muncă pentru un angajat din FE.

Recomandări: Se poate utiliza modelul contractului de muncă anexat pe CD.

2.6. Organizarea structurală

A. Noțiuni teoretice

Organizația este „câmpul de manifestare” al angajaților din firma de exercițiu. În cadrul acesteia, chiar dacă există angajați de bună calitate, aceștia vor munci mai eficient dacă își cunosc „rolurile” pe care le au la nivel de organizație.



Cu cât dimensiunile firmei de exercițiu sunt mai mari, cu atât structurile sale sunt mai elaborate, sarcinile de muncă mai specializate, iar componenta administrativă mai dezvoltată!

Centrul operațional este format din personalul de execuție și directorii situați pe nivelul inferior în firma de exercițiu;

Top - managementul este asigurat de managerul firmei de exercițiu;

Liniile ierarhice sau „**managerii de mijloc**”, unesc top – managementul cu centrul operațional;

Tehnostructura este alcătuită din angajații din firmă care standardizează și formează profilul și calificările profesionale ale membrilor organizației;

Funcțiile suportului logistic sprijină indirect realizarea misiunii firmei de exercițiu și pot fi regăsite în orice „zonă” a organizației (juridic, administrativ, informatică etc.).

Structura organizatorică clarifică locul și rolul angajaților în firma de exercițiu. Ea reprezintă una dintre cele mai importante verigi ale procesului de conducere. Impactul structurii organizatorice nu trebuie rezumat doar la efectele strict economice. Implicațiile cele mai importante sunt asupra:

- satisfacțiilor obținute de angajații din firma de exercițiu în procesul muncii;
- climatului de muncă.



„Anatomia” organizației după Mintzberg



Structura organizatorică stă la baza existenței activității firmei de exercițiu.

Principalele componente ale structurii organizatorice sunt:

- Postul;
- Funcția;
- Compartimentul;
- Nivelul ierarhic;
- Relațiile organizatorice.

**Postul – analiză,
descriere,
ocupare,
proiectare**

Postul reprezintă de obicei un subiect controversat în firma de exercițiu:

- „Încerc să obțin un post.”
- „Am fost promovată într-un post nou.”
- „Mi-ar plăcea în mod sigur să am postul colegului meu.”

Posturile de muncă se caracterizează prin:

- dinamism;
- conținut în permanentă schimbare;
- adăugare de sarcini;
- restructurare.

În firma de exercițiu angajații trebuie să conștientizeze importanța postului pe care îl ocupă. În analiza și descrierea postului, coordonatorul firmei de exercițiu oferă răspunsuri corespunzătoare numeroaselor întrebări care apar în rândul elevilor angajați:

„Cine decide câte posturi sunt necesare?”

„Ce sarcini cheie trebuie să fie evidențiate sau efectuate?”

„Care sunt calificările minime și experiența necesară fiecărui post?”

„Care este valoarea postului ocupat de mine?”

„Ce rezultate finale sunt așteptate de la post?”

„Ce fel de comportamente necesită postul?”

„Care sunt cerințele fizice, mentale și emoționale ale postului?”

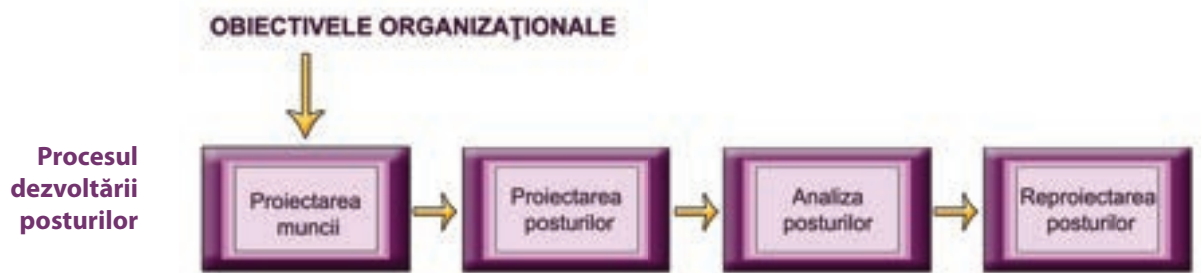
„Ce fel de persoană (trăsături și experiență) este cea mai potrivită pentru post?”



Eficacitatea muncii depuse de un angajat în firma de exercițiu depinde într-o mare măsură de corelarea sarcinilor, competențelor și responsabilităților postului.

Ocuparea postului se realizează prin selecția angajaților în firma de exercițiu cu ajutorul interviului. (Vezi capitol 5.5.)

Proiectarea postului definește procesul prin care managerii de resurse umane au rolul de a realiza acele activități care să permită dezvoltarea posturilor existente în firma de exercițiu.



Metode de proiectare a posturilor:

- Rotația posturilor;
- Lărgirea posturilor;
- Îmbogățirea posturilor;
- Echipe de lucru autonome;
- Reducerea programului de lucru.



Dacă nu există oportunități de muncă pentru satisfacerea nevoilor angajaților din firma de exercițiu (stimă, autorealizare, autoafirmare), elevii vor fi nemulțumiți, iar această stare de spirit se va reflecta în comportamentul lor.

Structura organizatorică a firmei de exercițiu se exprimă cu ajutorul următoarelor instrumente:

- Organigrama;
- Fișa postului;
- Regulamentul de organizare și funcționare (ROF).

Pentru elevul angajat în firma de exercițiu, **organigrama** răspunde următoarelor întrebări:

- „Unde mă regăsesc?”
- „Cine este situat pe nivelul ierarhic superior, cine se află pe același nivel cu mine, cine îmi este inferior?”
- „Pot să sar peste niveluri (sau acestea nu există în firma noastră de exercițiu)?”
- „Există un centru de expertiză (fără drept de a da indicații subordonat direct managerului)?”
- „Am voie să dau indicații sau primesc indicații?”

Fișa postului este un document indispensabil fiecărui angajat din firma de exercițiu. Ajută elevul să stabilească:

- „Care îi sunt responsabilitățile?”
- „Ce poate să facă singur și ce poate face lucrând într-o echipă?”
- „Cine îl înlocuiește, atunci când nu se află în firmă și pe cine poate înlocui?”
- „Care îi sunt limitele de competență?”

Regulamentul de Organizare și Funcționare

În firma de exercițiu, ROF-ul este format din două părți:

I. Baza legală a constituirii și funcționării firmei:

- Obiectul de activitate a firmei;
- Organigrama firmei;
- Detalii referitoare la responsabilitățile consiliului de administrație.

II. Descrierea în detaliu a compartimentelor și funcțiilor firmei.

B. Exempletu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com

**Organigrama firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL****C. Activități practice****Activitatea 1**

Denumire: Elaborarea organigramei și stabilirea relațiilor între compartimentele din firma de exercițiu.

Mod de lucru: Pe grupe. Angajații din firma de exercițiu sunt împărțiți în grupe în mod aleator.

Resurse:

- de timp – 50 minute;
- materiale – markere, flipchart, lipici, post-it-uri.

Sarcini de lucru:

- Imaginați-vă că firma de exercițiu este un organism viu. Desenați-o sub forma unui corp.
- Marcați pe corpul ființei vii organele vitale și asociați aceste organe cu departamentele firmei.
- Stabiliți de comun acord o boală (suferință) temporară de care poate suferi un anumit organ/departament din organism/firma de exercițiu.
- Stabiliți ce se poate întâmpla cu firma de exercițiu dacă organul/departamentul este în stare de disfuncționalitate.
- Cine poate prelua sarcinile departamentului bolnav?

- Înregistrați concluziile drept roluri de reprezentare în descrierile posturilor din respectivele departamente.

Recomandări: Utilizarea informațiilor oferite de fișa postului

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Nume și prenume angajat al FE: _____

Departament și post ocupat: _____

Nr. crt.	Criterii	Nesatisfăcător (<5)	Satisfăcător (5-6)	Bine (7-8)	Foarte bine (9-10)
1	Identificarea sarcinilor, responsabilităților postului	Nu	2 omisiuni	1 omisiune	complet
2	Identificarea tuturor departamentelor firmei de exercițiu	Erori grave	3-4 omisiuni	1-2 omisiuni	Fișă corectă
3	Identificarea unei disfuncționalități în cadrul firmei de exercițiu	Erori grave	2 omisiuni	1 omisiune	Complet și corect
4	Identificarea departamentului care poate prelua sarcinile	Erori grave	2 omisiuni	1 omisiune	Complet și corect
5	Propuneri de îmbunătățire	Nu există	1-2 propuneri	3-4 propuneri	5 și mai multe
6	Comunicare profesională	Greșeli care denaturează mesajul	3-4 greșeli care nu denaturează mesajul	1-2 greșeli care nu denaturează mesajul	Limbaj profesional fără greșeli de exprimare

Activitatea 2

Denumire: Descrierea următoarelor posturi din firma de exercițiu: economist, agent de vânzări, jurist, informatician, secretară.

Mod de lucru: Pe departamente

Resurse:

- de timp – 50 minute.
- materiale – markere, flipchart, lipici, post-it-uri.

Sarcini de lucru:

- Se distribuie directorilor de compartimente cartonașe colorate.
- Fiecare culoare reprezintă un departament din cadrul firmei: albastru – departamentul financiar-contabil; roșu – departamentul de marketing; portocaliu – departamentul aprovizionare-desfacere; verde – departamentul resurse umane; galben – departamentul secretariat.
- Angajații din firma de exercițiu se împart pe echipe.
- Fiecărei echipe i se distribuie sarcina de lucru: Descrieți postul din departamentul vizat, ținând cont de o structură dată.
- Fiecare echipă are la dispoziție 20 de minute pentru a întocmi Fișa postului din departamentul din care face parte.
- La încheierea timpului acordat, echipele își vor prezenta soluțiile propuse.

Recomandări: munca în echipă, utilizarea informațiilor oferite de fișa postului, organigramă, firma-mamă.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Nume și prenume angajat al FE: _____

Departament și post ocupat: _____

Nr. crt.	Criterii	Nesatisfăcător (<5)	Satisfăcător (5-6)	Bine (7-8)	Foarte bine (9-10)
1	Identificarea obiectivelor postului	Nu	2 omisiuni	1 omisiune	complet
2	Identificarea sarcinilor, responsabilităților	Erori grave	3-4 omisiuni	1-2 omisiuni	Fișă corectă
3	Identificarea cerințelor de specialitate ale postului	Erori grave	3 omisiuni	1-2 omisiuni	Complet și corect
4	Identificarea cerințelor personale ale postului	Erori grave	2 omisiuni	1 omisiune	Complet și corect
5	Propuneri de îmbunătățire	Nu există	1-2 propuneri	3-4 propuneri	5 și mai multe
6	Comunicare profesională	Greșeli care denaturează mesajul	3-4 greșeli care nu denaturează mesajul	1-2 greșeli care nu denaturează mesajul	Limba profesională fără greșeli de exprimare

2.7. Organizarea procesuală

A. Noțiuni teoretice

Un rol important în organizarea unei firme, și implicit și în firma de exercițiu, îi revine ansamblului de procese de muncă fizică și intelectuală care se desfășoară într-o organizație.

Organizarea procesuală constă în descompunerea proceselor de muncă fizică și intelectuală în elemente componente: operații, timpi, mișcări.

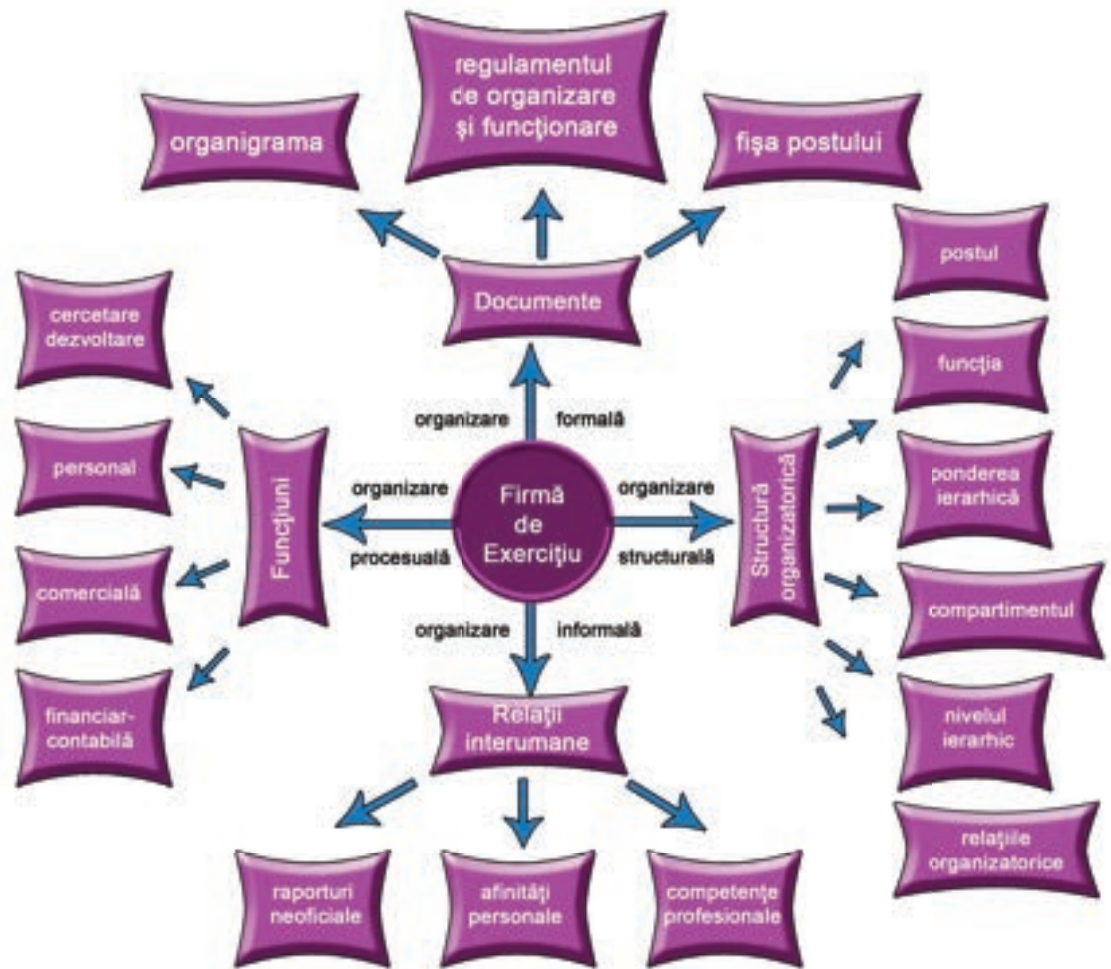
În firma de exercițiu, componentele **organizării procesuale** sunt:

- Operațiile;
- Sarcinile;
- Atribuțiile;
- Activitățile;
- Funcțiunile.

Angajații din firma de exercițiu au la îndemână întregul proces de derulare a activităților similar cu cel dintr-o firmă reală. În firma de exercițiu, organizarea procesuală este formată din următoarele **funcțiuni**:

- Comercială;
- Marketing;
- Financiar-contabilă;
- De personal.

Firma de exercițiu privită ca sistem



Un **proces** reprezintă orice activitate sau grup de activități care utilizează anumite intrări, le transformă și le adaugă **valoare**, oferind clienților bunurile și/sau serviciile de care au nevoie. Sistemul managerial al firmei de exercițiu este un sistem deschis în care **intrările (input)**, sub influența variabilelor externe, determină **ieșirile (output)** din organizație!

Ce sunt Input-urile?

Resurse: materiale, umane, financiare, informaționale etc.

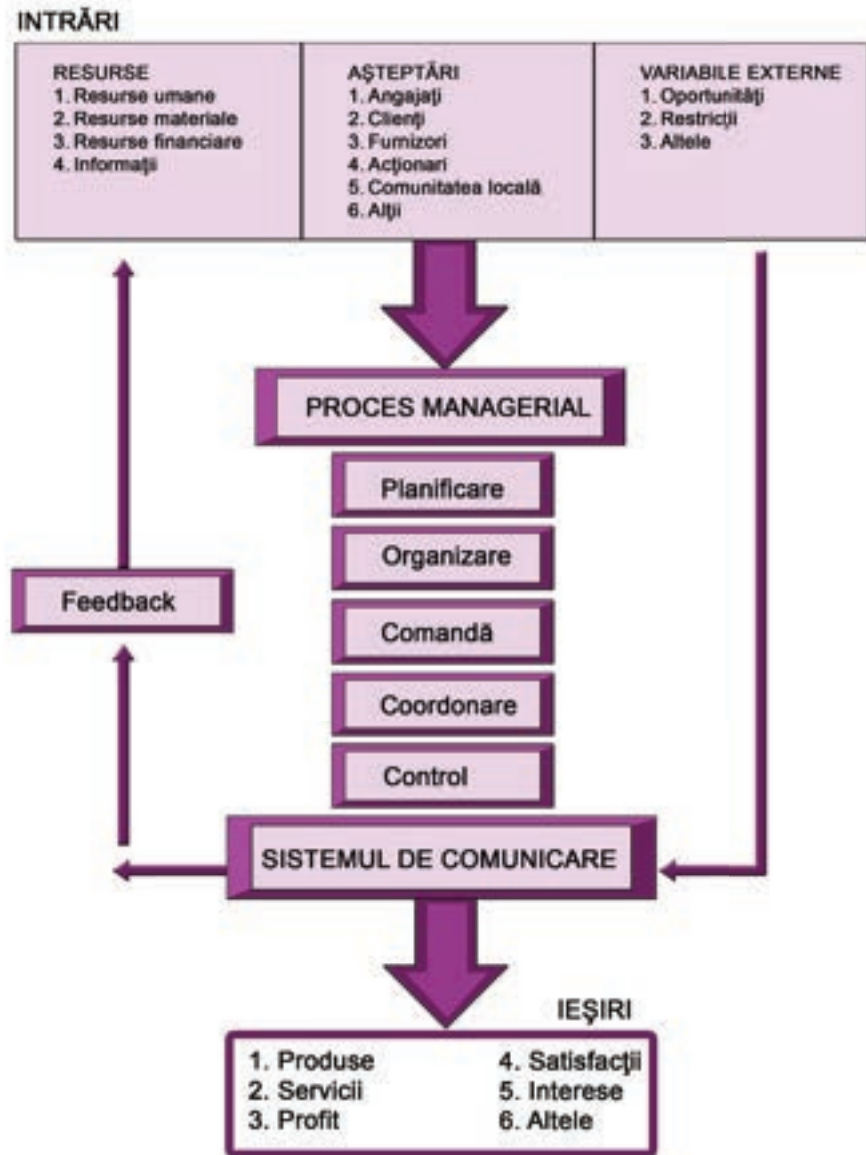
Ce sunt Output-urile?

Produse, servicii și satisfacții.



În firma de exercițiu, managerul coordonează în așa fel activitatea încât să transforme, VIRTUAL, intrările, în produse și servicii finite.

Procesul managerial reprezentare schematică



Ierarhizarea proceselor într-o firmă de exercițiu



Rolul coordonatorului firmei de exercițiu este acela de a clarifica, împreună cu angajații firmei de exercițiu, următoarele aspecte:

- Ce activități trebuie îndeplinite și în ce ordine?
- Ce resurse sunt necesare în acest sens (Input)?
- Care va fi rezultatul (Output)?
- Unde debutează activitatea?
- Unde se finalizează activitatea?
- Cine se ocupă de proces?
- Sunt descrise toate procesele importante?
- Cine verifică rezultatele?

Etapele managementului proceselor în firma de exercițiu:

- Organizarea structurii din firma de exercițiu, analiza mediului extern, **stabilirea obiectivelor;**
- **Identificarea proceselor** din firma de exercițiu;
- Selectarea și **stabilirea titularului de proces;**
- Elaborarea **hărții proceselor;**
- **Reprezentarea proceselor** și stabilirea unităților de măsură;
- Stabilirea angajatului care **monitorizează (controlling)** întregul proces;
- **Măsurarea rezultatelor prin comparație** cu obiectivele propuse;
- Stabilirea **măsurilor de îmbunătățire.**

Identificarea proceselor:

- Proces: Titlu/denumire;
- Titularul procesului (angajatul din departamentul în care se derulează procesul).

Sarcinile titularului de proces:

- Definirea punctelor de interfață;
- Input proces;
- Output proces;
- Indicatori proces (pentru măsurare, supraveghere, evaluare);
- Rânduri uzuale de antet și de subsol (revizuire, aprobare).

Elaborarea hărții proceselor

Matricea proceselor- crearea de **valoare („harta proceselor”)**:

- un instrument cu ajutorul căruia sunt prezentate informațiile referitoare la crearea de valoare asupra input-urilor;
- o strategie: **Cum structurăm procesele, pentru a urmări obiectivele firmei de exercițiu?;**
- o previziune cu privire la deciziile ce urmează a fi luate;
- **o orientare spre viitor;**
- **o schematizare** pentru procesele esențiale și de susținere, care pot fi structurate în alte procese parțiale

Reprezentarea proceselor și stabilirea unităților de măsură

- Reprezentarea prin Flowchart:
 - Stabilirea începutului și a finalului;
 - Stabilirea și ordonarea pașilor;
 - Adaptarea activităților la input-uri și la output-uri;
 - Stabilirea responsabilităților cu ajutorul ciclului DEMING.
- Reprezentarea prin pași de proces/matrice pe departamente;
- Tabel cu descriere verbală;
- Diagrama cauză–efect.

Exemplu de hartă a proceselor

Cerințele clienților	Procesele strategice	Responsabilitatea conducerii						Satisfacția clienților	
		SP1 Angajamentul managementului (managementul de mediu, managementul calității, sănătatea și siguranța în muncă)	SP2 Planificarea strategică a afacerilor orientarea spre clienți	SP3 Finanțiar și control	SP4 Comunicare, raportare, autoritate	SP5 Evaluarea managementului	SP6 Managementul îmbunătățirii		
	Managementul resurselor								
	SP7 Alocarea resurselor	SP8 Personal (organizare, dezvoltare, calificare)	SP9 Infrastructură, utilități, managementul riscului, situații de urgență	SP10 Mediul de lucru, siguranța la locul de muncă	SP11 IT Alocare și întreținere				
	Procesele clienților	Realizarea produselor și suport							
		KP1 Cereșe							
		KP2 Comandă -> promovare -> livrare							
		KP3 Acceptare (Finalizare)							
		KP4 Plângerile clienților							
	Procesele de suport	Măsurare, analiză, îmbunătățire							
		UP7 Analiza datelor și metode statistice	UP8 Satisfacția clienților și a angajaților	UP9 Monitorizare (produs, proces, sistem)	UP10 Controlul produsului secundar	UP11 Gestionea modificărilor, acțiuni corective și preventive, service-ul pentru clienți	UP12 Gestiunea documentelor și a înregistrărilor		

Stabilirea angajatului care monitorizează întregul proces (responsabil controlling)

Sistemul de control trebuie analizat ca un sistem cu auto-corectare (feedback), cu **intrări** specifice, **activități (procese)**, și cu **rezultate/ ieșiri**, care sunt, de fapt, acțiuni corective în vederea atingerii obiectivelor viitoare în firma de exercițiu.



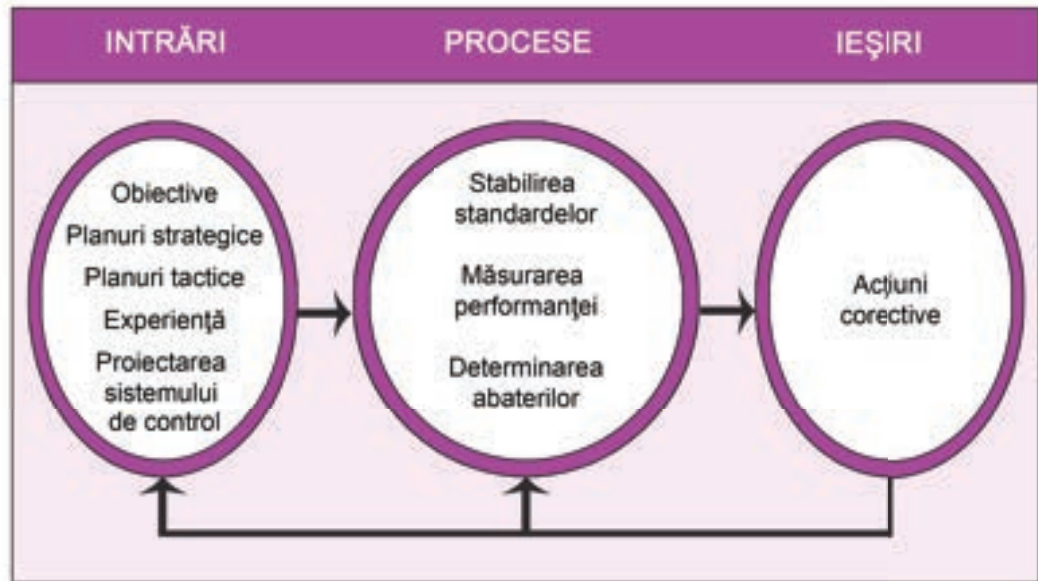
Funcția de control a managementului este definită ca un concept distinct, acela de controlling.

Controlling-ul se referă la activitatea firmei în ansamblu și nu numai la controlul de calitate a bunurilor și serviciilor oferite clienților.

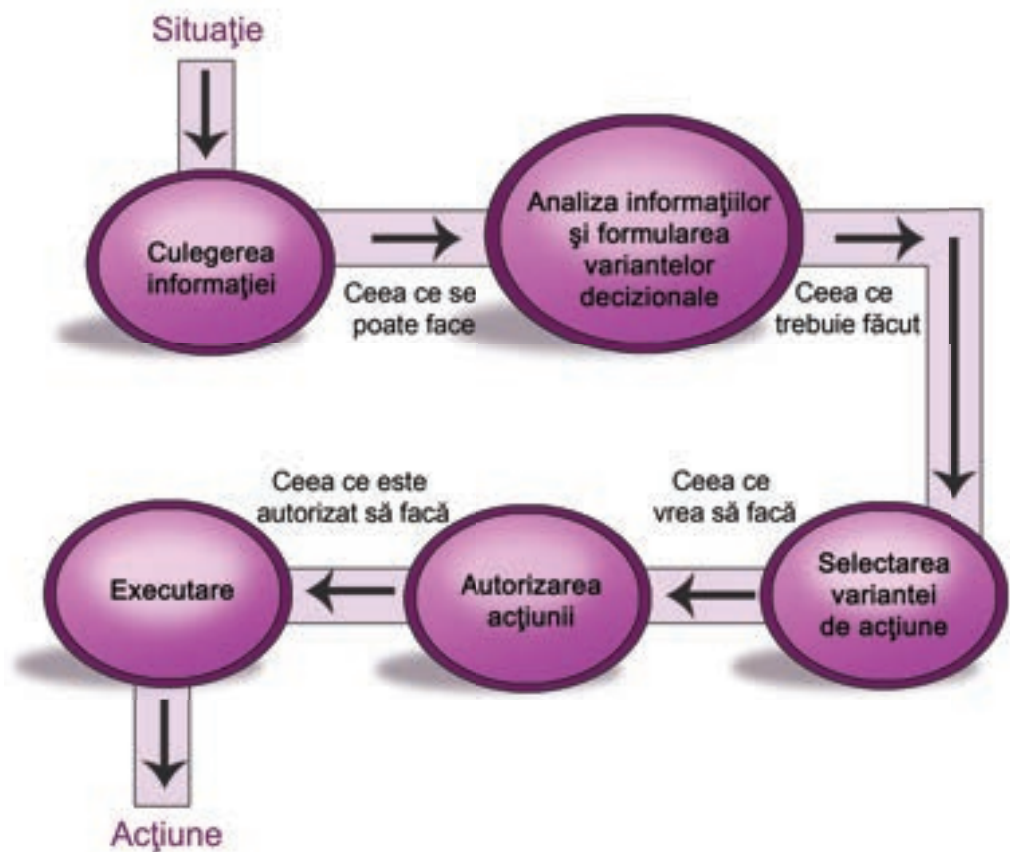


85% din motivele pentru neconcordanța activității firmei cu așteptările clienților provin din deficiențele existente în sistem și procese și mai puțin din partea angajaților. Rolul managerului firmei de exercițiu este de a modifica procesul și nu angajații.

Structura procesului de control



Etapele procesului decizional



Sarcinile managerului de procese:

- Organizarea proceselor;
- Răspunde pentru output;
- Supraveghează indicatorii;
- Răspunde de gestionarea documentelor proceselor;
- Răspunde de instruirea colaboratorilor;
- **Răspunde pentru întregul PROCES.**

**Măsurarea
rezultatelor
prin comparație
cu obiectivele
de proces**

Eficacitate - s-au îndeplinit obiectivele firmei, iar clienții sunt mulțumiți.
Eficiență - rentabilitate

B. Exempletu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
✉ fe.kulturbio@yahoo.com

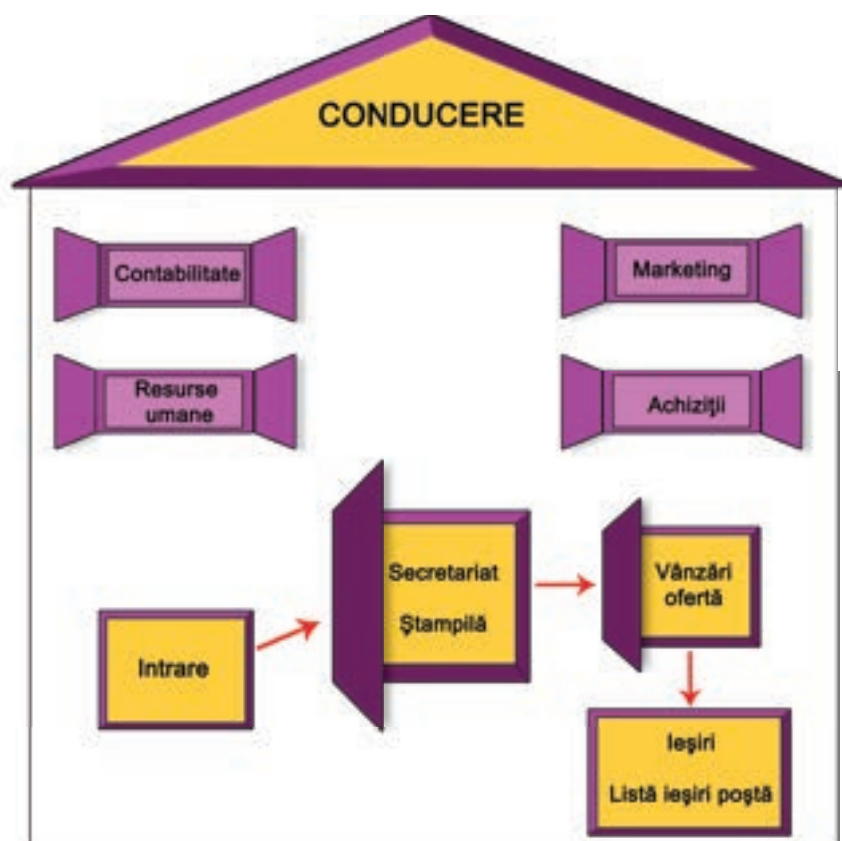


Organizarea procesului de instruire a angajaților din firma de exercițiu KULTUR BIO SRL, în vederea participării la un târg internațional

Prin acest proces se urmărește instruirea angajaților din firma de exercițiu cu privire la aspecte importante pentru un participant de succes la târg. „Adăugarea de valoare” la cunoștințele angajaților va consta în însușirea/aprofundarea/exersarea de către aceștia a:

- tehnicilor de comunicare;
- tehnicilor de negociere;
- terminologiei de specialitate în limba engleză;
- susținerii de discursuri în fața publicului;
- organizării eficiente;
- evaluării propriei activități;
- etc.

**Realizarea
procesului
„instruirea
angajaților”
în cadrul FE
KULTUR BIO SRL**



C. Activitate practică

Denumire: Procesul de înregistrare a firmei de exercițiu la ROCT

Mod de lucru: Pe echipe (Angajații firmei de exercițiu se împart în două echipe: o echipă reprezintă firma, iar cealaltă echipă reprezintă centrala ROCT)

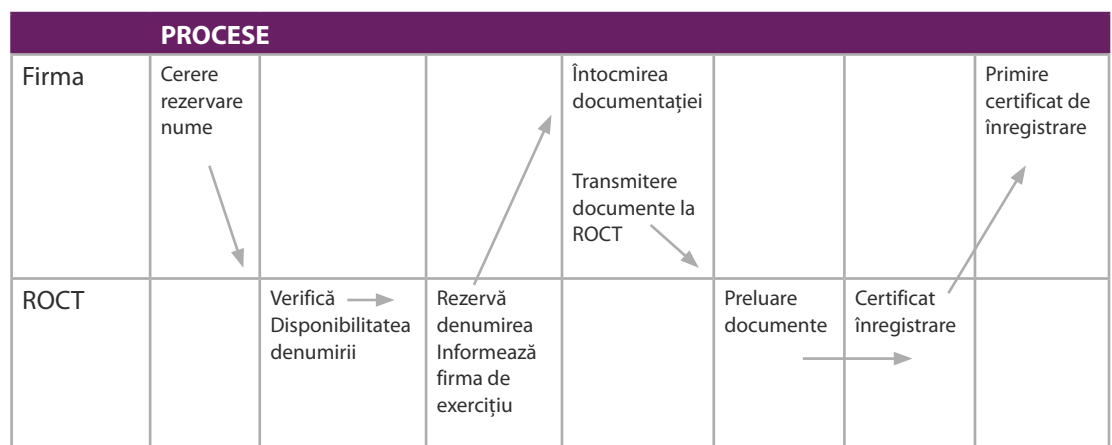
Resurse:

- de timp: 1 oră;
- materiale: – flipchart, post-it-uri, markere.

Sarcini de lucru: Realizați procesul de înregistrare a firmei de exercițiu la ROCT

Recomandări:

- se lasă liberă creativitatea elevilor;
- coordonatorul firmei de exercițiu are rolul de moderator.



Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Responsabil proces al FE: _____

Nr. crt.	Criterii	Nesatisfăcător (<5)	Satisfăcător (5-6)	Bine (7-8)	Foarte bine (9-10)
1	Completarea câmpurilor	Majoritatea câmpurilor rămase necomplete	5-6 câmpuri rămase necomplete	3-4 câmpuri necomplete	Toate câmpurile complete
2	Respectarea circuitului documentelor	Erori grave	Nerespectat (2-3 omisiuni)	Respectat (cu 1 omisiune)	Respectat în totalitate

Sugestii metodice

Se pot utiliza tehnicile de creativitate din *Ghidul metodologic* de la capitolul „Instrumente”.

Se pot utiliza Fișele metodice de pe CD:

- 2_FM_Pregătire_înființare_FE;
- 2_FM_Alegereaobiectului_deactivitate_al_FE_prin_metoda_Delphi;
- 2_FM_Alegereaobiectului_deactivitate_prin_analiza_pieței(mediului);
- 2_FM_Alegerea_tipului_de_societate_comercială_pentru_înființarea_FE(în lumina blitz-ului);
- 2_FM_Organizarea_structurii_descrierea_postului;
- 2_FM_Evaluarea_în_FE_de_la_tradițional_la_modern;
- 2_FL_Evaluarea_în_FE_de_la_tradițional_la_modern;
- 2_FM_Derularea_procesului_de_înregistrare_a_FE_la_ROCT.

Glosar de termeni

Compartiment: ansamblul persoanelor ce efectuează munci omogene și/sau complementare, de regulă pe același amplasament, care contribuie la realizarea aceluiași obiective derivate și sunt subordonate nemijlocit aceluiași manager.

Controlling: ansamblul de instrumente calitative și cantitative de control care sunt introduse pentru coordonarea informațiilor și pentru sprijinirea proceselor de decizie.

Nivel ierarhic: format din totalitatea subdiviziunilor organizatorice situate la aceeași distanță ierarhică.

Organizație: câmpul de manifestare a managementului într-o firmă.

Pondere ierarhică: numărul de salariați conduși nemijlocit de un manager.

Post: cea mai simplă subdiviziune organizatorică a organizației ce poate fi definit ca ansamblul obiectivelor, sarcinilor, competențelor și responsabilităților care, în mod regulat, revin spre exercitare unui salariat al societății comerciale.

Sarcină: proces de muncă simplu sau o componentă de bază a unui proces de muncă complex.

Responsabilitate: obligația ce revine titularului postului pe linia îndeplinirii obiectivelor individuale și a efectuării sarcinilor aferente.

Proiectarea postului: consecința firească a analizei postului și presupune determinarea domeniului și profunzimii postului, precum și relațiile cu alți factori din organizație.

Bibliografie

1. Anghel, Laurențiu-Dan; Petrescu, Eva-Cristina – *Business to Business Marketing*, ediția a II-a, București, Editura Uranus, 2002.
2. Albu, Cătălin; Albu, Nadia – *Soluții practice de eficientizare a activităților și de creștere a performanței organizaționale*, București, Editura CECCAR, 2005.
3. Bălan, Carmen – *Logistica – factor integrator și sursa de competitivitate*, București, Editura ASE, 2004.
4. Blythe, I. – *Esențialul în marketing*, ediția a II-a, București, Editura Rentrop & Straton, 2005.
5. Cetină, Iuliana; Brandabur, Raluca Ecaterina; Constantinescu, Mihaela – *Marketingul serviciilor. Abordare teoretică și studii de caz*, București, 2004.
6. Dumitrașcu, Vadim – *Managementul organizației. Concepte moderne*, Iași, Editura Sedcom Libris, 2005.
7. Dumitru, Ionel – *Marketing strategic. O abordare în perspectiva globalizării*, București, Editura Uranus, 2006.
8. Manolescu, Aurel – *Managementul resurselor umane*, București, Editura Economică, 2001.
9. Nicolescu, Octavian – *Managementul întreprinderilor mici și mijlocii*, ediția a III-a, București, Editura Economică, 2007.
10. Pop, N. Al. – *Manualul de Marketing*, clasa a XI-a, București, Editura Didactică și Pedagogică, 2001
11. Sasu, Constantin – *Inițierea și dezvoltarea afacerilor*, Iași, Editura Polirom, 2003.
12. Ursu, Dorel – *Managementul resurselor umane*, Cluj Napoca, Editura Dacia, 2001.

Surse online:

- www.roct.ro
- www.onrc.ro

Anexe (CD)

- 2 Model – Curriculum Vitae
- 2 Model – Contract de muncă





Planificarea activității în firma de exercițiu

Motto: „Măsoară de 10 ori și taie o dată”

Motivație Gradul de succes al oricărui proiect este dat de importanța care se acordă planificării. Planificarea este un proces prin care încercăm să anticipăm schimbările și să ne adaptăm în așa fel încât să ne atingem obiectivele. Planificarea este funcția managerială de start.

Competențe și obiective

COMPETENȚE DIN FIRMA DE EXERCIȚIU	COMPETENȚE SPECIALIZATE
<ul style="list-style-type: none"> • Dezvoltă obiective strategice pentru o firmă (viziune, misiune, obiective) • Utilizează instrumente specifice managementului de proiect pentru planificarea și realizarea de proiecte (participare la târguri, vizite la firme reale etc.) • Planifică timpul eficient (managementul timpului) 	<ul style="list-style-type: none"> • Organizează activități în funcție de obiective • Evaluează rezultatele obținute
OBIECTIVE PEDAGOGICE	OBIECTIVE ECONOMICE
<ul style="list-style-type: none"> • Să dezvolte obiective strategice în activitatea proprie • Să utilizeze instrumente specifice managementului de proiect • Să planifice timpul eficient în propria activitate 	<ul style="list-style-type: none"> • Să identifice obiectivele pentru diferite poziții în structura organizatorică • Să stabilească un plan pentru realizarea activității • Să aleagă modalitățile de evaluare • Să propună măsuri de îmbunătățire a activității

- Conținuturi tematice:**
- 3.1. Firma de exercițiu – model și mijloc de învățare
 - 3.2. Obiectivele anuale ale activității în firma de exercițiu – abordare economică: viziune, misiune, obiective, strategii, măsuri
 - 3.3. Obiective anuale ale firmei de exercițiu – abordare pedagogică
 - 3.4. Conexiunea dintre economic și pedagogic în firma de exercițiu
 - 3.5. Managementul timpului
 - 3.6. Planificarea activităților din firma de exercițiu

3.1. Firma de exercițiu – model și mijloc de învățare

A. Noțiuni teoretice

Firma de exercițiu reprezintă un model al unei întreprinderi reale, o metodă practică de integrare a conținuturilor de la diverse discipline, concepută pentru formarea abilităților antreprenoriale, a aptitudinilor personale și a comportamentelor aplicabile în toate domeniile economice, de la funcțiile de bază și până la cele de conducere din întreprindere.



Modelul este un sistem de acțiuni și relații al firmei reale pe care se bazează construcția prin reprezentare a firmei de exercițiu.

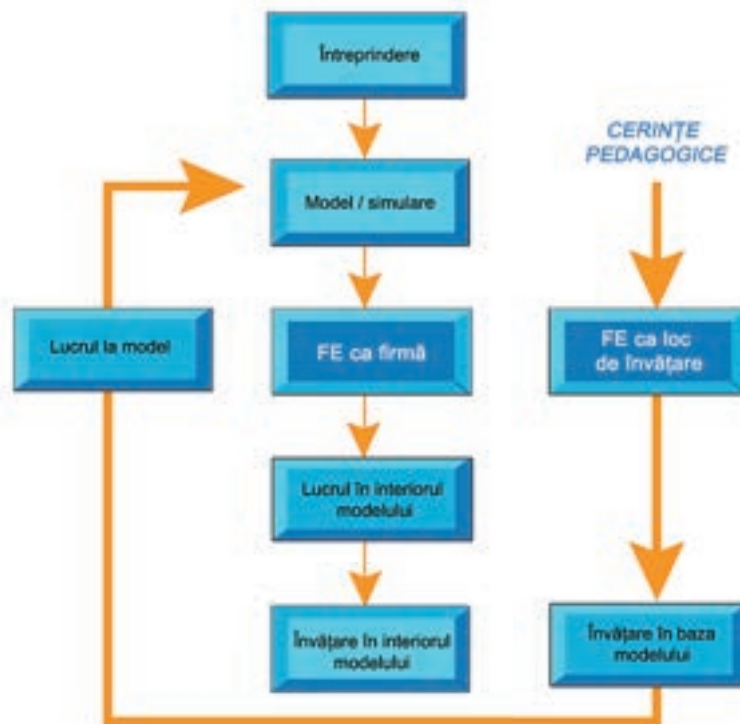
Învățare pe baza unui model



Activitatea de simulare din firma de exercițiu reflectă acțiunile din lumea reală a afacerilor într-o ramură aleasă din economia națională. Este o metodă didactică modernă și interactivă prin care se imită situații profesionale reale în vederea atingerii unor **obiective educaționale**. În firmele de exercițiu elevii – angajați virtuali – interacționează în cadrul diferitelor tipuri de activități specifice procesului economic dintr-o firmă reală.

Acest model creează posibilități foarte importante de interacțiune pentru realizarea proceselor active, dar și de dezvoltare de legături reciproce, atât între membrii colectivului de angajați din firma de exercițiu, cât și între angajații din firma de exercițiu și specialiștii din firma-mamă.

Învățarea
în interiorul
unui model și
învățarea în baza
unui model



Pe baza unui „model” (firma mamă), firma de exercițiu:

- elaborează cu o mai mare exactitate orientarea către viitor;
- dezvoltă și asigură etapele evoluției;
- se apropie mai mult de domeniul de activitate ales;
- controlează și evaluează cât mai eficient activitățile întreprinse.

Firma de exercițiu este un **mediu pedagogic** orientat spre competențe, o platformă a învățământului interdisciplinar și un câmp de experimentare în care procesele sunt derulate în conformitate cu situația din economia de piață.



În cadrul modelului creat, elevii – angajați ai firmei de exercițiu – stabilesc obiectivele, planifică, execută și controlează procesele.

Activitatea în firma de exercițiu se realizează în baza ciclului PDCA specific tuturor proceselor dintr-o firmă reală.

Etapele ciclului PDCA sunt:

- **P (PLAN)** – Planifică: stabilește obiectivele și procesele necesare obținerii rezultatelor;
- **D (DO)** – Efectuează: implementează procesele;
- **C (CHECK)** – Verifică: monitorizează, măsoară procesele și raportează rezultatele;
- **A (ACT)** – Acționează: întreprinde acțiuni pentru îmbunătățirea continuă a performanțelor proceselor.





Firma de exercițiu trebuie abordată dual:

- pe de o parte, firma de exercițiu este o întreprindere, o entitate cu personalitate juridică, ce funcționează după modelul unei firme reale;
- pe de altă parte, firma de exercițiu este un loc de învățare în care predarea este centrată pe acțiune.

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Organizarea unei tombole de către FE KULTUR BIO SRL în cadrul unui târg al firmelor de exercițiu.

1. Planificarea activității:

- stabilirea obiectivelor și a responsabilităților pentru membrii echipei;
- stabilirea necesarului de resurse: materiale, financiare, umane, de timp.

Obiective:

a. economice:

- creșterea numărului de clienți și deci a cifrei de afaceri a firmei de exercițiu;
- îmbunătățirea imaginii firmei de exercițiu.

b. pedagogice:

- dezvoltarea de competențe antreprenoriale și sociale;
- responsabilizarea angajaților din firma de exercițiu;
- lucrul în echipă, asumarea riscurilor, dezvoltarea creativității și a comunicării.

2. Implementarea, efectuarea:

- anunțarea tombolei;
- confecționarea și distribuirea biletelor de tombolă către clienții FE;
- extragerea biletelor câștigătoare.

3. Verificarea, controlul:

- întocmirea listei de control;
- monitorizarea pe bază de planuri zilnice;
- feedback;
- autoevaluarea.

4. Acțiunea corectivă:

- dacă, în urma controlului, se consideră că nu s-au obținut rezultatele scontate, se întocmește un plan de măsuri pentru îmbunătățirea activităților.

C. Activitate practică

Denumire: Întocmirea fișei de observație asupra unui proces economic care se desfășoară în firma parteneră (firma mamă).

Observație: Dacă nu există firmă parteneră, activitatea se desfășoară într-o firmă reală, având același obiect de activitate cu al firmei de exercițiu.

Mod de lucru: Individual

Resurse:

- de timp: 3 ore;
- materiale: organigrama, fișe de post, regulamentul de organizare și funcționare a firmei mamă.

Sarcini de lucru:

- Observați procesele derulate în firma mamă;
- Alegeți procesul pentru analizat;
- Analizați etapele din ciclul PDCA pentru procesul ales;
- Propuneți pe baza observațiilor făcute măsuri de îmbunătățire a procesului analizat.

Recomandări: Activitatea poate fi trecută în portofoliul individual.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Nume și prenume angajat al FE: _____

Departament și post ocupat: _____

Nr. crt.	Criterii	Nesatisfăcător (<5)	Satisfăcător (5-6)	Bine (7-8)	Foarte bine (9-10)
1	Observarea proceselor derulate în firma mamă.	Nu	2 omisiuni	1 omisiune	Complet
2	Analizarea etapelor din ciclul PDCA pentru procesul ales.	Erori grave	3 omisiuni	1-2 omisiuni	Complet și corect
3	Propuneri de îmbunătățire	Nu există	1-2 propuneri	3-4 propuneri	5 și mai multe

3.2. Obiectivele anuale ale activității în firma de exercițiu – abordare economică: viziune, misiune, obiective, strategii, măsuri

A. Noțiuni teoretice

Viziunea reprezintă aspirațiile pentru **afacere pe termen lung, neconcretizată în cifre.**

Misiunea reprezintă impactul pe care firma îl are asupra societății; ce anume face ca această organizație să fie unică.

Valorile organizației sunt valorile fundamentale pe care și le asumă.

Obiectivele reprezintă rezultatele așteptate în urma derulării afacerii. Obiectivele sunt de natură economică în general și se referă la: **profit, rata profitului, cifra de afaceri**, cota parte din piață, productivitatea muncii, calitatea produselor și serviciilor etc., dar pot fi și sociale, de exemplu: controlul poluării, cooperarea cu autoritățile, salarizarea și condițiile de muncă ale salariaților, satisfacerea clienților prin calitatea, durabilitatea, flexibilitatea și prețul produselor și al serviciilor oferite, permanentizarea furnizorilor în schimbul oferirii de produse de calitate, la prețuri accesibile și la termenele convenite.





Exemple de viziuni: să fim cei mai de încredere, să avem afacerea cea mai profitabilă etc.



Exemple: misiunea unei companii farmaceutice este de a ameliora starea de sănătate a oamenilor, a unui restaurant de a oferi oamenilor momente plăcute, a unei companii de fabricare a jucăriilor de a aduce bucurie copiilor etc.



Obiectivele trebuie să fie obligatoriu SMART:

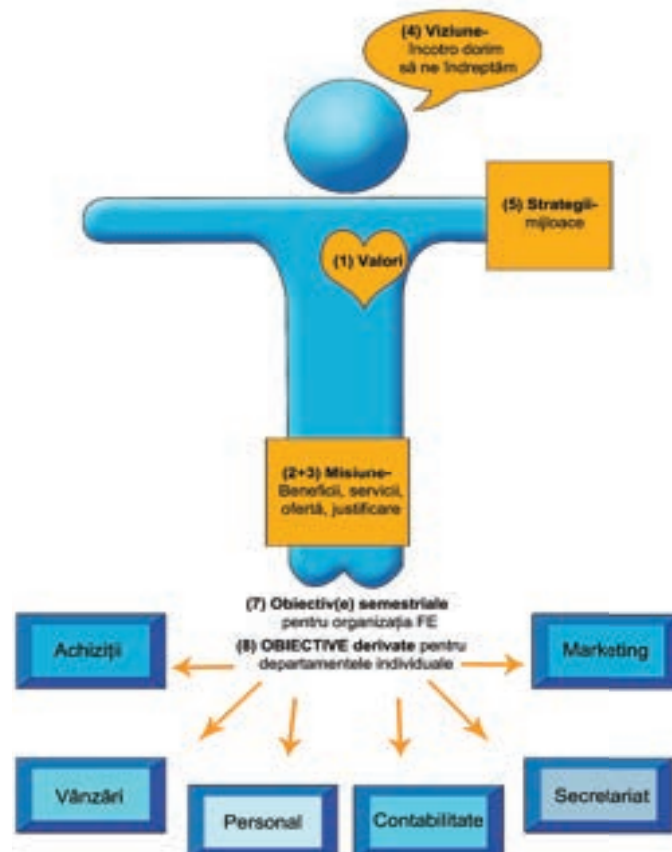
- **SPECIFICE (specific):** clare și precise;
 - **MĂSURABILE (measurable):** veți ști dacă au fost obținute sau nu;
 - **de ATINS (achievable):** pot fi realizate;
 - **REALISTE (realistic):** resursele (oameni, echipament, bani și timp) necesare sunt disponibile;
 - **limitate în TIMP (time-limited):** sunt stabilite perioade de timp clare în care vor fi realizate.
- Scopul oricărei strategii este crearea și menținerea avantajului competitiv obținut.**

Strategiile reprezintă mijloacele prin care vei obține rezultatele – *principiile pentru atingerea obiectivelor*; se concentrează pe evoluții majore ale firmei.

Avantajul competitiv este componenta invizibilă a strategiei căreia îi sunt subordonate celelalte componente vizibile ale acesteia.

Măsurile (activitățile) reprezintă modul cum se vor atinge obiectivele, ce se va întreprinde în următoarele 12 luni, ce trebuie realizat.

Dezvoltarea unui model Viziune-Misiune- Strategie



B. Exemple de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Viziunea:

- ne propunem ca în următorii trei ani să deținem 70% din piața firmelor de exercițiu a comerțului cu ridicata al fructelor, legumelor și băuturilor BIO.
- FE va atinge o cifră de afaceri cu 20% mai mare în al treilea an de activitate.

Misiunea:

- oferirea de fructe și legume Bio care să contribuie la menținerea stării de sănătate a consumatorilor;
- energizarea organismului pe cale naturală.

Obiectivele:

- creșterea profitului cu 10% anual;
- amortizarea activelor imobilizate în doi ani;
- reducerea stocurilor de marfă cu mișcare lentă sau nevandabile cu 30% în următorul an.

Strategiile:

- lărgirea grupului țintă: persoane care conștientizează avantajele produselor bio;
- lărgirea gamei de produse: fructe/legume bio;
- fidelizarea clienților: prin politici adecvate de promovare;
- standard ridicat de calitate: certificare și acreditare a produselor/proceselor;
- politică de marketing performantă: realizarea sistematică de cercetări de marketing și analize SWOT.

Măsurile (activitățile):

- promovarea FE la târguri;
- campanie publicitară intensă în vederea pătrunderii pe noi segmente de piață;
- perfecționarea personalului, crearea unei culturi organizaționale performante;
- orientarea spre client;
- obținerea Certificatului „Marca de Calitate” în anul 2011.

C. Activitate practică

Denumire: Stabilirea pentru firma de exercițiu a următoarelor elemente: viziune, misiune, strategii, măsuri (activități).

Mod de lucru: Pe departamente

Resurse:

- de timp: 30-40 minute;
- materiale: foi de flipchart, calculator/laptop, videoproiector, pinwall, markere, cartonașe din hârtie colorată, stick.

Sarcini de lucru:

- Stabiliți misiunea, viziunea, obiectivele (minim 3), strategiile, (minim 3) și activitățile propuse în vederea realizării acestora (minim 4), ținând cont de obiectul de activitate și previziunile financiare ale firmei de exercițiu;
- Prezentați elementele de mai sus în documente format PPT sau Word, flipchart, pinwall (maxim cinci minute);
- Oferiți feedback celorlalte echipe.

- Recomandări:** Activitatea propusă dezvoltă creativitatea;
- Critica este constructivă;
 - Se promovează arta comunicării în grup;
 - Se pot utiliza informații primite de la firma parteneră.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Nume FE: _____

Departament: _____

Nr. crt.	Criteriu de evaluare	Realizat corect	Nerealizat	Observații/Comentarii/Argumentare
1	Viziune			
2	Misiune			
3	Obiectiv 1			
4	Obiectiv 2			
5	Obiectiv 3			
6	Strategie 1			
7	Strategie 2			
8	Strategie 3			
9	Măsură 1			
10	Măsură 2			
11	Măsură 3			
12	Măsură 4			
13	Argumentarea feedback-ului			

Se bifează în coloana corespunzătoare, în funcție de modul de rezolvare a sarcinilor și se convertește numărul de bifări în note astfel:

Nota	≤ 5	6	7	8	9	10
Bifări	≤ 4	5-6	7-8	9-10	11-12	13

3.3. Obiective anuale ale firmei de exercițiu – abordare pedagogică

A. Noțiuni teoretice

Din punct de vedere **pedagogic**, obiectivele stabilite într-o firmă de exercițiu decurg din viziunea și misiunea acestei forme de educație **centrată pe elev**:

Viziunea unei FE:

- educație antreprenorială în spiritul economiei de piață;
- aplicarea metodei interactive de învățare „firma de exercițiu”.

Misiunea unei FE:

- oportunități de educație și instruire accesibile, pentru dezvoltarea carierei și a calității vieții.

Obiectivele în FE:

- să transmită cunoștințe interdisciplinare;
- să orienteze elevii spre acțiune și problematizare;
- să exerseze munca în echipă;
- să identifice și să aplice componentele unui proces: planificare, realizare, verificare și acțiune;
- să dezvolte creativitatea, asumarea riscului și a propriilor decizii;
- să transmită cunoștințe de specialitate;

- să dezvolte la elevi abilități de negociere și competențe de comunicare eficientă, inclusiv într-o limbă străină de circulație internațională;
- să stimuleze dezvoltarea personală a elevilor;
- să le dezvolte talentul organizatoric, capacitatea de adaptare.

Realizarea acestor obiective este posibilă numai dacă se adoptă strategiile adecvate, iar această alegere ține de măiestria didactică a profesorului coordonator, de competențele și experiența lui.

Activitățile din FE – Elevul (angajatul):

- lucrează în departamentele firmei de exercițiu după modelul unei firme reale: comercial, marketing, secretariat, personal, financiar-contabil;
- simulează procese dintr-o firmă reală: cercetare de piață, aprovizionare, ofertare, vânzare, recrutare și angajare personal, salarizare, promovare și publicitate etc.;
- își asumă roluri de angajat și conducător; rezolvă sarcini de lucru punând în funcțiune interdisciplinaritatea cunoștințelor studiate în școală; parcurge succesiv toate etapele din funcționarea unei firme, pe diferite posturi cu ajutorul rotației posturilor;
- realizează organizarea structurală și procesuală a FE, asigurarea necesarului de personal, achiziții, vânzări etc.
- evaluează și se autoevaluează (ce a câștigat în procesul învățării, ce ia cu el pe drumul formării personale).



Firma de exercițiu este un model de management participativ, profesorul-coordonator implicându-i permanent pe elevi în derularea proceselor.

Competențele pedagogice ale coordonatorului firmei de exercițiu sunt reprezentate de măiestria:

- utilizării metodelor centrate pe elev;
- evaluării și măsurării în mod repetat;
- repartizării eficiente a timpului;
- creării de premise pentru creativitate și inspirație în timpul orelor de firmă de exercițiu;
- utilizării tehnologiilor mass-media.

B. Exemple de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Exemplu de antrenare a elevilor prin jocul de rol: interviul de angajare.

O parte dintre elevi se constituie în comisia de intervieware, ceilalți sunt aplicanți pentru posturile vacante din FE.

Se urmărește:

- exersarea manierei de întocmire și desfășurare a unui interviu bazat pe comportamente;
- descoperirea modului în care ar acționa în diverse situații candidații care aplică pentru un post din FE;
- identificarea abilităților necesare pentru un post vacant;
- compararea interviului tradițional cu cel comportamental.

Comisia trebuie să realizeze un interviu de angajare formulând întrebări referitoare la experiența anterioară de muncă a candidatului: 8 întrebări tradiționale și 4 întrebări comportamentale.

Model:	Interviu tradițional	Interviu comportamental
	<ul style="list-style-type: none"> Numele companiei, poziția și descrierea poziției respective, perioada cât ați lucrat în companie? Care au fost așteptările dumneavoastră pentru poziția respectivă și în ce măsură s-au realizat? De la ce nivel ați pornit și unde ați ajuns? Care au fost responsabilitățile dumneavoastră? Care au fost provocările majore și problemele cu care v-ați confruntat? Ce v-a plăcut sau displăcut în munca dumneavoastră anterioară? 	<ul style="list-style-type: none"> Dați un exemplu de situație când ați folosit logica pentru a rezolva o problemă. Dați un exemplu de obiectiv propus și procedura prin care l-ați atins. Descrieți o decizie nepopulară luată de dumneavoastră și cum ați reușit punerea ei în aplicare. Ați rezolvat o sarcină peste așteptări? Dacă da, dați exemple?

C. Activitate practică

Denumire: Identificarea valorilor personale dezvoltate prin firma de exercițiu

Mod de lucru: Individual

Resurse:

- de timp: 50 minute;
- materiale: foi de flipchart, calculator/laptop.

Sarcini de lucru:

- Identificați valorile dezvoltate prin firma de exercițiu;
- Precizați două valori care vă caracterizează predominant;
- Prezentați rezultatul activității printr-o prezentare PPT.

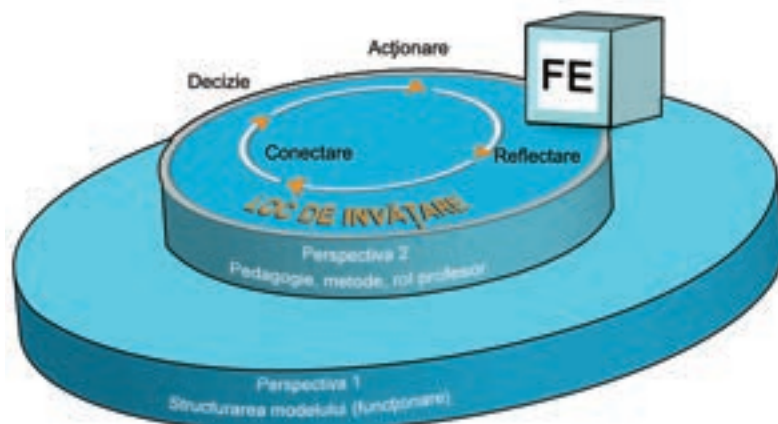
Recomandări: Activitatea propusă ajută la dezvoltarea personală a angajatului din firma de exercițiu.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare.

3.4. Conexiunea dintre economic și pedagogic în firma de exercițiu

A. Noțiuni teoretice

Firma de exercițiu trebuie abordată din două perspective – cea *economică* privind constituirea și funcționarea firmei și cea *pedagogică* privind metoda „firma de exercițiu” ca instrument de punere în aplicare a activităților instructiv-educative.



Orice activitate care se derulează în firma de exercițiu trebuie **proiectată**. Profesorul coordonator urmărește realizarea obiectivelor **pedagogice** corelate cu cele **economice** în fiecare departament în care se activează.

Activitățile sunt planificate de către elevi sub îndrumarea profesorului coordonator, se derulează cu participarea tuturor angajaților din firma de exercițiu, se evaluează prin feedback (fiecare participant acordă și primește feedback) și se iau măsuri dacă nu se obțin rezultatele așteptate.

În același timp, se proiectează, se realizează și se evaluează scenariul didactic de către **profesorul coordonator**, care:

- **stabilește** obiectivele (pedagogice și economice) și organizează informațiile și materialele didactice (prezentări PowerPoint, documente, cărți etc.);
- **alege** tehnicile de motivare a elevilor: jocul de rol, problematizarea etc.;
- **corelează** informațiile noi cu cele anterioare (construiește „poduri” către cunoștințele vechi);
- **explicită** obiectivele activității: ține cont de stilurile de învățare (auditive, vizuale, kinestezice) și de comportamente, filtre personale etc.;
- **transmite** noi cunoștințe: metode de predare, medii de prezentare;
- **consolidează** cunoștințele: demonstrații, modele, exemple, tipuri de feedback;
- **asigură** experiența practică: întocmirea individuală a secvenței, elevii angajați ai FE rezolvă sarcini de lucru;
- **revizuieste**, îmbunătățește: corectează erorile din sarcina de lucru.



În toate procesele care se derulează într-o firmă de exercițiu, economicul se interconectează cu pedagogicul și se realizează parcurgerea etapelor ciclului PDCA.

B. Exemplet de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Circuitul calității
 în FE KULTUR
 BIO SRL



C. Activitate practică

Denumire: Întocmirea unui contract-cadru cu o firmă de exercițiu parteneră pe baza acceptului preliminar primit la un târg al firmelor de exercițiu.

Mod de lucru: Pe departamente

Resurse:

- de timp: 30-40 minute
- materiale: calculator/laptop

Sarcini de lucru:

- Identificați capitolele contractului;
- Analizați, în cadrul departamentului, condițiile cele mai avantajoase de colaborare – obligațiile părților;
- Întocmiți contractul-cadru;
- Evaluați efectele economice ale semnării contractului pentru firma de exercițiu.

Recomandări: Activitatea propusă este un exemplu de conexiune între economic și pedagogic în FE: urmărește dezvoltarea abilităților de negociere, de comunicare ale elevilor și în același timp inițiativa, spiritul de echipă, flexibilitatea, capacitatea de interacțiune.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare (se face evaluarea angajaților din departamente ținându-se cont de contribuția fiecăruia la realizarea sarcinii de lucru)

Nume și prenume angajat al FE: _____

Departament: _____

Postul: _____

Nr. crt.	Criterii	Nesatisfăcător (<5)	Satisfăcător (5-6)	Bine (7-8)	Foarte bine (9-10)
1	Completarea câmpurilor	Majoritatea câmpurilor rămase necomplete	5-6 câmpuri rămase necomplete	3-4 câmpuri rămase necomplete	Toate câmpurile completate
2	Obligații contractuale favorabile FE	Erori grave	Nefavorabile	Favorabile	Foarte favorabile
3	Evaluarea efectelor economice	Greșeli grave în evaluare	Evaluate cu greșeli și mari omisiuni	Parțial evaluate, mici omisiuni	Efectele evaluate corect și complet

3.5. Managementul timpului

A. Noțiuni teoretice

Timpul este impersonal, nu este proprietatea nimănui, aparține tuturor și nu are frontiere fizice. Este măsurabil și continuu, iar, pentru succesul unei afaceri, managementul acestuia este de importanță vitală.



Managementul timpului înseamnă controlul acestei resurse!

Managementul timpului se referă la o gamă de abilități, instrumente și tehnici utilizate pentru a gestiona momentul în îndeplinirea sarcinilor specifice, proiectelor și obiectivelor.

Managementul timpului presupune:

- să se aloce secvențe de timp riguros calculate pentru fiecare activitate (planificarea);
- să se facă toate eforturile pentru a le respecta (organizarea);
- să se evalueze, în mod regulat, rezultatele obținute (controlul).



Managementul timpului vă ajută:

- să atingeți scopurile;
- să prioritizați;
- să vă creați o imagine de ansamblu a sarcinilor voastre;
- să vă îmbunătățiți creativitatea;
- să profitați mai mult de timpul vostru;
- să delegați;
- să vă țineți viața în echilibru;
- să faceți față schimbărilor din viața voastră;
- să creșteți calitatea vieții.

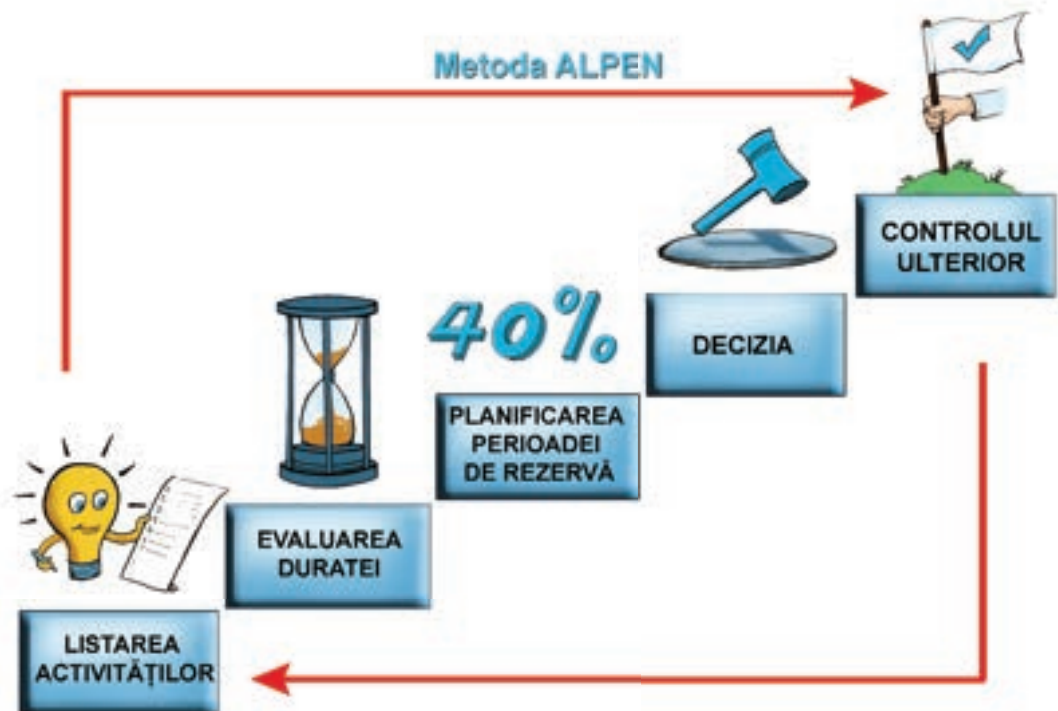
Cum se procedează pentru **un management eficient al timpului?**

- Se stabilesc obiectivele;
- Se planifică activitățile (după metoda ALPEN);
- Se folosesc instrumente pentru organizarea muncii, calendarul de termene, programe);
- Se învață din eșecuri.

METODA ALPEN:

- **A**ctivități enumerate (Brainstorming);
- **L**ungime estimată a activităților (realist, valori din experiență);
- **P**eriodă de rezervă (40% pentru lucruri neprevăzute);
- **D**ecizii referitoare la priorități, reduceri, delegări;
- **C**ontrolare ulterioară și transferarea lucrurilor nerealizate.

Planificarea
activităților prin
Metoda Alpen



METODE DE EFICIENTIZARE A TIMPULUI:

1. PRIORITIZAREA ACTIVITĂȚILOR

- prin **metoda Covey**: se grupează activitățile după importanță și urgență (vezi Fișa de documentare „Prioritizarea activităților – Metoda Covey” din capitolul *Instrumente!*);
- prin **metoda ABCDE (Tracy)**: se stimulează efectuarea cu prioritate a acelei activități care va aduce cele mai multe rezultate sau va avea cele mai neplăcute/grave/dureroase consecințe dacă nu se duce la îndeplinire (vezi Fișa de documentare „Prioritizarea activităților – Metoda ABCDE” din capitolul *Instrumente!*);
- **lista de priorități**: cea mai simplă și în același timp cea mai folosită tehnică de planificare a timpului;
- **Principiul lui Pareto (Regula 80/20)**: PUȚINUL ESENȚIAL ȘI MULȚIMEA FĂRĂ VALOARE! În aproape orice problemă, „puținul” (20%) reprezintă esențialul, iar „mulțimea” (80%) reprezintă partea mai puțin valoroasă.



Dintre toate lucrurile pe care le realizați într-o zi, doar 20% contează într-adevăr. Acele 20% produc 80% din rezultatele voastre! Identificați-le și concentrați-vă atenția asupra lor!

Când sunteți presat de timp sau de probleme, amintiți-vă de cele 20% asupra cărora trebuie să vă concentrați atenția!

Dacă trebuie să renunțați la o anumită activitate într-o zi, asigurați-vă că nu face parte din acel procent de 20% care contează!

2. EFICIENTIZAREA TIMPULUI

Instrumente pentru eficientizarea timpului:

- stabilirea clară a termenului;
- întocmirea listei de lucru;
- notarea în agendă;
- impunerea și respectarea termenelor limită;
- crearea unui sistem coerent;
- evitarea promisiunilor fără șanse de reușită;
- conducerea la ușă a musafirilor nepoftiți care mănâncă timpul;
- aruncarea la „coșul de gunoi” a hârtiilor și a rapoartelor neimportante.

Tehnici pentru eficientizarea timpului:

- regula celor cinci minute;
- regula orei de liniște;
- încurajarea angajaților să ia decizii;
- explicarea clară a obiectivelor prin investirea timpului în acest sens;
- comunicarea cu vorbăreții prin e-mail;
- stabilirea întâlnirilor la sfârșitul programului;
- evitarea persoanelor care ocupă mult timp.



În orice organizație se desfășoară activități care „mănâncă” din timpul util (hoții de timp). Exemple:

- activități fără obiective și fără priorități;
- amânarea lucrărilor până când este prea târziu;
- organizarea deficitară a documentelor;
- autodisciplină necorespunzătoare (lipsa motivației);
- dorința de a lucra mult și singur;
- planificare deficitară;
- pierderea atenției (vizite neanunțate, convorbiri telefonice, bârfoare în particular);
- activitate în condiții de zgomot;
- discuții îndelungi și prost pregătite;



Se impune luarea de măsuri care să preîntâmpine apariția „hoților de timp” și diminuarea efectelor acestora asupra continuității activităților din firma de exercițiu.

Un instrument eficient în managementul timpului este **diagrama Gantt**:

Aceasta ajută la:

- planificarea sarcinilor;
- planificarea resurselor ;
- depășirea momentelor critice ale unui proiect;
- autoevaluarea permanentă pentru monitorizarea progresului făcut;
- rezolvarea interdependenței temporale a sarcinilor.



Diagrama Gantt se poate folosi în activitatea firmei de exercițiu la planificarea și realizarea unor proiecte importante: participarea la un târg, organizarea unui târg, participarea la competiția „Business Plan”, participarea la evaluarea „Marca de Calitate” etc.

B. Exemple de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Metode de eficientizare a timpului utilizate în FE KULTUR BIO SRL

Metoda Covey de prioritizare a activităților

	Urgent	Nu e urgent
Important	I. Plata contribuțiilor sociale și fiscale	II. Participarea la un eveniment: lansarea firmelor de exercițiu la o școală din oraș
Neimportant	III. Primirea unei oferte nesolicitate	IV. Circulară care anunță un eveniment cultural

Metoda ABCDE – Tracy

	Activități planificate
A	Solicitarea de cataloage pentru materialele de birou, echipamente de birotică, mobilier etc. de la alte firme de exercițiu
B	Emiterea de comenzi, în vederea aprovizionării cu mijloace fixe sau cu obiecte de inventar etc.
C	Crearea unei baze de date cu potențialii furnizori
D	Delegare de sarcini către compartimentul secretariat. Înregistrarea comenzilor în registrul de evidență a comenzilor
E	Socializare cu colegii la un club

Lista de priorități:

- Definitivarea organigramei;
- Selectarea și angajarea personalului;
- Stabilirea ofertei de produse;
- Identificarea segmentelor de piață;
- Elaborarea materialelor publicitare etc.

C. Activitate practică

Denumire: Identificarea „hoților de timp” dintr-o firmă de exercițiu

Mod de lucru: Individual – fiecare angajat din FE rezolvă sarcina de lucru

Resurse:

- de timp: 30 minute;
- materiale: calculatoare, coli de hârtie, foi de flipchart, markere.

Sarcini de lucru:

- Identificați cinci activități din FE care fac parte din categoria „hoților de timp”;
- Găsiți cinci soluții pentru eficientizarea activităților din FE.

Recomandări: Documentare la firma parteneră

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Nume și prenume angajat al FE: _____

Departament: _____

Nr. crt.	Criterii	Nesatisfăcător (<5)	Satisfăcător (5-6)	Bine (7-8)	Foarte bine (9-10)
1	Identificare hoți de timp	2 activități identificate	3 activități identificate	4 activități identificate	5 activități identificate corect
2	Soluții pentru eficientizare	2 soluții	3 soluții	4 soluții corecte	5 soluții corecte

3.6. Planificarea activităților din firma de exercițiu**A. Noțiuni teoretice**

A planifica: a concretiza în documente scrise, cu caracter imperativ, prevederile strategiei și politiciii adoptate de o firmă de exercițiu pentru o anumită perioadă sub formă de:

- indicatori cantitativi și calitativi;
- termene;
- resurse;
- sarcini;
- măsuri;
- mod de urmărire și control.



Planificarea răspunde la întrebările: DE CE?, CE?, CUM?, CU CE ?, CÂND? și CINE este responsabil?

Avantajele planificării în firma de exercițiu:

- gândirea în perspectivă;
- stabilirea clară a obiectivelor;
- realizarea unei viziuni unitare;
- focalizarea eforturilor către acțiuni convergente;
- dezvoltarea standardelor de performanță.

Pentru a întocmi planul anual al firmei de exercițiu:

- se stabilesc obiectivele;
- se identifică activitățile cheie, urmărindu-se:
 - volumul de muncă;
 - timpul;
 - costurile implicate.



Pentru a identifica situația reală din firma de exercițiu este nevoie de un sistem care să urmărească în permanență ceea ce s-a realizat și ceea ce mai trebuie realizat.

Acest sistem presupune:

- urmărirea atentă a activității zilnice din firma de exercițiu;
- întocmirea unor planuri de urgență în cazul modificării unor acțiuni;
- intervenția promptă în cazul observării unor abateri de la nivelurile planificate, până la normalizarea situației.

Monitorizarea acțiunilor întreprinse în cadrul firmei de exercițiu arată cât de aproape suntem de realizarea unora dintre activitățile cheie.

Etape în elaborarea unui plan bun



B. Exemple de buna practică:

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



I. Planificarea anuală a activității FE KULTUR BIO SRL

Obiectiv	Activitate	Responsabil	Resurse	Termen	Rezultate
Inițiere în FE	Prezentare concept	Coordonator FE	Calculator, material PPT, dosare FE existente	Septembrie 200N	Cunoștințe
Organizarea grupului	Stabilirea regulilor de joc	Coordonator FE	Planșă, markere	Septembrie 200N	Planșă cu reguli de joc
Înregistrare FE	Întocmire documentație, transmitere la ROCT	Manager general	Calculator, formulare	Octombrie 200N	Certificat, avize
Crearea identității firmei – Corporate design	Realizare siglă, motto	Dep. marketing, responsabil IT	Calculatoare, imprimante, consumabile	Octombrie 200N	Identitate vizuală a FE
Organizare structurală	Concepere organigramă, selecția personalului, repațizarea pe posturi, întocmire ROI	Manageri departamente	Calculator, scrisori de intenție, CV-uri, fișe de post	Octombrie 200N	Organigrama, dosarul de personal, Regulament de organizare interioară
Planificare operațională	Stabilirea obiectivelor și măsurilor pentru fiecare departament pentru semestrul curent	Managerii departamentelor	Calculator, planul de afaceri, organigramă	Octombrie 200N	Planuri operaționale
Inaugurare firmă	Rezervare sală, pregătire invitații, realizare program de prezentare PPT, chestionare	Dep. marketing	Financiare-sponsorizare firma-mamă, calculator, consumabile	Octombrie 200N	Comunicat de presă, feedback prin chestionare
Planificare strategică	Realizare plan de afaceri	Manager general	Calculator, informații, oferta de produse, planul financiar	Octombrie 200N	Planul de afaceri
Derulare activități curente în departamente	Stabilirea circuitului documentelor în firmă, organizarea activităților pe departamente – conceptul acțiunii complete	Manageri departamente	Calculatoare, documente	Permanent	Dosarele companiei pe departamente
Determinarea rezultatului activității anuale	Întocmire situații financiare anuale	Manager economic	Calculatoare, documente, soft-uri	Decembrie 200N	Situații financiare anuale: bilanț, cont de profit și pierdere, decont TVA

Obiectiv	Activitate	Responsabil	Resurse	Termen	Rezultate
Analiza activității	Derularea de ședințe de analiză în fiecare departament	Manageri departamente	Calculatoare, dosarele companiei	Ianuarie 200N+1	Procese-verbale
Planificare operațională	Stabilirea obiectivelor și măsurilor pentru fiecare departament pentru semestrul curent	Manageri departamente	Calculator, planul de afaceri, organigramă	Februarie 200N+1	Planuri operaționale
Rotația posturilor	Prezentarea conceptului, a sarcinilor din departamente	Manageri departamente	Dosarele firmei, fișele de post	Februarie 200N+1	Procese-verbale, tabel cu angajații
Participare la un târg al FE	Înscriere, pregătire materiale promoționale și documente, organizare deplasare	Manageri departamente	Financiare – proprii și sponsori, calculatoare, consumabile	Martie 200N+1	Diploma de participare, premii
Obținere Certificat Marca de calitate	Înscriere, întocmire documentație	Manager general	Calculatoare, consumabile	Permanent	Certificat Marca de calitate
Participare la competiția Business Plan	Dezvoltare plan de afaceri	Manageri departamente	Calculatoare	Februarie 200N+1	Diplomă de participare
Încheiere an	Finalizare situații financiar-contabile, ordonare dosare	Manager general și economic	Calculatoare, documentele firmei	Mai-Iunie 200N+1	Bilanț, cont de profit și pierdere
Analiza activității	Ședință de analiză pe departamente și, în plen modul de realizare a obiectivelor	Manageri	Dosarele companiei	Iunie 200N+1	Proces-verbal

II. Planificarea participării la un târg

a. PLAN:

1. Preliminarii:

- hotărârea de a participa la târgul firmelor de exercițiu;
- declarația de participare.

2. Planificarea:

- amenajării standului;
- activităților de publicitate;
- resurselor umane;
- timpului;
- cheltuielilor pentru târgul firmelor de exercițiu.

Plan operațional managerial

Obiectiv	Activitate	Responsabil	Resurse	Termen	Rezultate
1. Informare despre târg și studiu de piață	Identificarea concurenților, a tendințelor pieței	Departamentul marketing	Lista cu participanții la târg	Ian. 200N+1	Plan de marketing
2. Lărgirea gamei de produse și sortimente	Elaborarea unei noi oferte	Biroul vânzări	Cataloge , oferte de produse ale unor firme de profil, pagini WEB	Ian. 200N+1	Catalogul actualizat
3. Creșterea eficienței prin prețuri competitive	Stabilirea prețurilor pe baza studiului ofertei concurenților	Biroul vânzări	Pagini WEB, ofertele concurenței	Ian. 200N+1	Lista de prețuri
4. Perfecționarea comunicării în limba engleză	Exersarea tehnicilor de comunicare în limba engleză comercială	Responsabil comunicare limbi moderne	Ghiduri de conversație, orele de limba engleză	Permanent	Tranzacții realizate la târg
5. Proiectarea și realizarea unui stand atractiv	Realizarea schiței standului, stabilirea necesarului de materiale	Dep.marketing, manager IT	Poze cu standuri	Febr. 200N+1	Stand competitiv
6. Implementarea publicității profesioniste	Realizarea catalogului, pliantelor, fluturașilor de stand	Departamentul marketing, comercial, IT	Pagini WEB, cataloge și oferte ale concurenților	Febr. 200N+1	Materiale publicitare de succes

b. DO:

Descriere succintă a modului de operare

Înainte de târg:

- trimiterea formularelor de înregistrare;
- confirmarea participării la târg;
- popularizarea participării în cadrul mass-mediei locale;
- pregătirea materialelor publicitare: catalog, pliante, fluturași, prezentare multimedia a firmei de exercițiu;
- realizarea schiței standului.

În timpul târgului:

- negocierea produselor și încheiere de tranzacții;
- comunicare cu vizitatorii și partenerii de afaceri din mediul virtual;
- participarea la competițiile târgului;
- schimb de adrese cu participanții;
- completarea caietelor de impresii;
- încheierea de contracte de parteneriat și contracte de vânzare-cumpărare/prestare servicii.

După târg:

1. Personalul de la stand

- crearea unui raport propriu referitor la expoziție;
- evaluarea notițelor de la târg;
- transmiterea dorințelor clienților către departamentele de vânzări și marketing.

2. Marketing

- evaluarea participării la târgul firmelor de exercițiu (atingerea obiectivelor, analizarea pieței și îmbunătățirea activității firmei de exercițiu).

3. Vânzări

- prelucrarea comenzilor.

4. Contabilitate

- activități ulterioare comenzilor făcute de clienți;
- verificarea decontărilor facturilor întocmite la târg.

c. CHECK:**Descrierea rezultatelor**

La târg, FE KULTUR BIO SRL a obținut două premii:

- pentru pagina web;
- pentru tranzacții.

d. ACT:**Proces-verbal cu privire la măsurile de îmbunătățire stabilite**

Nr. crt.	Măsură	Termen	Responsabil
1.	Lărgirea gamei sortimentale oferite de firmă	Aprilie 200N+1	Biroul vânzări
2.	Perfecționarea comunicării în limba engleză comercială	Permanent	Manageri departamente
3.	Profesionalizarea catalogului	Mai 200N+1	Responsabili IT
4.	Îmbunătățirea imaginii standului	Mai 200N+1	Angajați marketing
5.	Lărgirea gamei de materiale promoționale	Mai 200N+1	Angajați marketing
6.	Îmbunătățirea prezentării multimedia a firmei de exercițiu	Iunie 200N+1	Responsabili IT

III. Plan de acțiune al departamentului comercial-marketing

pentru realizarea obiectivului: Creșterea cifrei de afaceri cu 10% până în iunie 200N

Măsură	Cine realizează	Termen de rezolvare	Mijloace	Rezolvat
Elaborare plan nou de marketing	Manager comercial	Aprilie 200N+1	Calculator, informații	Da
Efectuare cercetare de marketing	Angajați	Martie 200N+1	Informații, internet	Da
Elaborare de noi oferte	Resp. marketing, IT	Aprilie 200N+1	Calculator	Da
Promovare activă a vânzărilor: reduceri de prețuri, cadouri promoționale, recompense	Resp. marketing	Aprilie 200N+1	Calculator, catalog, pliante	Da
Atragere de noi clienți - ofertare incisivă prin email, poștă	Angajați	Aprilie 200N+1	Calculator, oferte	Da
Intensificarea activităților de relații-publice	Manager economic	Permanent	E-mail, telefon, presă	Da

IV. Planificarea activității zilnice

Activitate	Temă	Observații
Deschidere	<ul style="list-style-type: none"> • Întocmirea unui proces-verbal • Raportarea activității din cursul săptămânii trecute • Obiective pentru acea zi 	
Activități curente speciale	<ul style="list-style-type: none"> • De exemplu, pregătirea rotației posturilor 	
Teme de lucru suplimentare	<ul style="list-style-type: none"> • Ocazii speciale de învățare: decontarea tranzacțiilor externe (export-import) 	
Evenimente speciale	<ul style="list-style-type: none"> • De exemplu, vizite (reprezentant firmă parteneră) 	
Încheiere și reflecție	<ul style="list-style-type: none"> • Raportări succinte ale departamentelor • Ce s-a învățat ca element nou? • Comunicate către toți angajații 	

Sugestii metodice

Se pot utiliza tehnicile de creativitate din *Ghidul metodologic* de la capitolul „Instrumente”.

Se pot utiliza Fișele metodice de pe CD:

- 3_FM_Planificarea_în_FE;
- 3_FM_Managementul_timpului;
- 3_FM_Viziune_obiective_strategii_măsuri.

Glosar de termeni

Ciclu PDCA: (numit și Ciclu Deming) este un model care furnizează un cadru de lucru pentru îmbunătățirea unui proces sau a unui sistem. Etapele ciclului sunt: P – planificare, D – efectuare, C – evaluare, A – acționare.

Feedback: conexiune inversă în sistemele cibernetice, principiu esențial al autoreglării; o reacție la un comportament. Feedback-ul are drept scop menținerea unui anumit echilibru, un răspuns la o anumită cauză, el nu trebuie să fie o reacție la ceea ce a declanșat cauza, ci doar la efect. Înseamnă a oferi celorlalți un răspuns eficient pentru a le comunica exact ceea ce ne deranjează, în ce mod ne afectează sau ce dorim să facă ceilalți.

A gestiona: a avea în gestiune bunurile, fondurile unei întreprinderi; a administra.

Management: funcția organizațională care asigură desfășurarea eficientă a activităților și care urmărește obținerea nivelului maxim de rezultate prin folosirea optimă a resurselor; disciplină economică având ca obiect de studiu relațiile de conducere; funcțional: o activitate, o acțiune sau un proces (managementul proiectului, managementul timpului, management personal, managementul comenzilor, managementul configurației, managementul cunoștințelor etc.).

A delega: a împuternici pe cineva cu dreptul de a acționa (în numele celui care-i dă împuternicirea); a da o delegație cuiva; a transmite prin delegație (o autoritate, o putere, o creanță); a autoriza; a numi temporar un responsabil cu efectuarea sau de organizarea unor lucrări.

A monitoriza: a supraveghea.

Bibliografie

1. Butler, David – *Planificarea afacerii*. Ghid de start, București, Editura All, 2006.
2. Cârstoiu, Cristian – *8 greșeli în managementul timpului*, București, Editura Audiosfera, 2008.
3. Constantin, Ticu; Ana Stoica-Constantin – *Managementul resurselor umane*, București Editura Institutul European, 2002.
4. Covey, R., Stephen – *Managementul timpului sau cum ne stabilim prioritățile*, București, Editura Alfa, 2000.
5. Mc. Donald, Malcom – *Planificarea de marketing prin exemple*, București, Editura C.H. Beck, 2010.
6. Pânișoară, Ion-Ovidiu; Pânișoară, Georgeta – *Managementul resurselor umane. Ghid practic*, Iași, Editura Polirom, 2005.
7. *** *Start pentru succes: Auxiliar în proiectul TRAFĂ*, București, Editura All4You, 2009.





Planul de afacere

Motto: „În casa succesului nu există ascensoare, trebuie să urci treaptă cu treaptă!”

Motivație **Un plan de afacere clar și realist** vă ajută să observați dacă afacerea dumneavoastră se îndreaptă spre obiectivele pe care vi le-ați propus, dacă ați alocat resurse suficiente, dacă ați luat în calcul riscuri și cum pot fi acestea depășite.

Competențe și obiective

COMPETENȚE DIN FIRMA DE EXERCIȚIU	COMPETENȚE SPECIALIZATE
<ul style="list-style-type: none"> • Concepe un plan de afaceri • Stabilește proiecțiile financiare ale afacerii • Adoptă strategii de marketing pentru plasarea de produse/servicii • Realizează contabilitatea curentă a firmei 	<ul style="list-style-type: none"> • Analizează concurența pe piață • Analizează modalitățile de a fi competitiv în mediul de afaceri • Determină sursele proprii și străine pentru finanțarea unei afaceri • Analizează informațiile economico-financiare din bilanț • Determină nevoile clienților și adaptează oferta la cererea de piață • Înregistrează evenimentele și tranzacțiile în contabilitate • Utilizează strategii, tehnici și tactici de negociere în afaceri
OBIECTIVE PEDAGOGICE	OBIECTIVE ECONOMICE
<ul style="list-style-type: none"> • Să dezvolte competențe personale (eficiența la locul de muncă, flexibilitatea, proactivitatea, orientarea spre rezultate, seriozitatea, comportamentul adecvat, dorința de a învăța continuu, managementul timpului) cu scopul eficientizării activității la nivel de firmă • Să dezvolte competențe sociale (comunicare interpersonală, lucru în echipă, rezolvarea de probleme, leadership) pentru dezvoltarea activității profesionale 	<ul style="list-style-type: none"> • Să analizeze oferta proprie comparativ cu cea a concurenței • Să cerceteze piața și să adapteze oferta proprie la nevoile clienților • Să promoveze oferta de produse/servicii pe piață • Să înregistreze în contabilitate evenimentele și tranzacțiile derulate la nivel de firmă

- Conținuturi tematice:** 4.1. Modelarea firmei de exercițiu – premisă a planului financiar
4.2. Elaborarea planului de afacere pentru firma de exercițiu

4.1. Modelarea firmei de exercițiu – premisă a planului financiar

A. Noțiuni teoretice

Posibilități de modelare în firma de exercițiu

Cooperarea dintre **firma de exercițiu** și **firma parteneră** (care activează într-un mediu real de afacere) permite dezvoltarea firmei virtuale pe baza unui model viabil cu experiență antreprenorială. Transferul de experiență ancorează firma de exercițiu pe o piață a muncii aflată într-o continuă schimbare. Angajații firmei de exercițiu au posibilitatea exersării competențelor atât virtual, cât și real, în cadrul unui parteneriat activ, deschis dezvoltării carierei profesionale.

Realizarea planului de afaceri, în perspectiva dezvoltării firmei de exercițiu, presupune corelarea activității acesteia cu realitatea mediului de afaceri, transpunerea în practică a ideilor, orientarea activităților și proceselor în vederea obținerii de profit.

Simularea activității dintr-o firmă reală și utilizarea echipamentelor, soft-urilor, documentelor existente în mediul de afaceri dezvoltă angajaților din firma de exercițiu competențele cerute pe piața muncii.

Modelarea cheltuielilor din firma de exercițiu în funcție de cifra de afaceri, folosind planul financiar previzionat, oferă posibilitatea dezvoltării afacerii virtuale într-un mediu de afaceri real.

Modelarea în firma de exercițiu se poate realiza, de asemenea, și prin combinarea celor prezentate mai sus.

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Modelarea firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL

Pornind de la planul financiar al firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL s-a realizat modelarea cheltuielilor în funcție de cifra de afaceri.

Categoriile de cheltuieli	Suma
Obiecte de inventar: • 5 calculatoare • imprimantă multifuncțională	12 000
Consumabile: Consumabile:	2 000
Chirie, utilități Chirie: Utilități:	1000 1000
Cheltuieli cu personalul: Impozit: Cheltuieli de promovare:	6 345 3 553 1 000
Cheltuieli cu marfa: marfa se cumpără cu 2,15 lei/Kg 200 kg/zi x 2,15 lei = 43 000 lei/zi 20 zile x 430 = 8 600 lei/lună 9 luni x 8 600 = 77 400 lei/an școlar	

TOTAL CHELTUIELI	104 298 lei
CA reprezintă venitul obținut din vânzarea mărfurilor	
CA= 200 kg x 3 lei x 20 zile x 9 luni	108 000 lei
Profit = CA - cheltuieli totale (108 000 lei - 104 298 lei = 3 702 lei)	
Profit	3 702 lei

Modelarea firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL – premisă a planului financiar

PLAN FINANCIAR

PROGRAMUL DE VÂNZĂRI				
Produse	UM	Cantitate	Preț unitar	Venituri din vânzări
Mere	kg	10 000	2,00	20 000
Pere	kg	3 500	4,00	14 000
Prune	kg	5 000	2,00	10 000
Gutui	kg	1 400	5,00	7 000
Struguri	kg	6 000	5,50	33 000
Cireșe	kg	2 000	8,00	16 000
Vișine	kg	1 500	8,00	12 000
Căpșune	kg	4 000	6,00	24 000
Fructe de pădure	kg	1 200	10,00	12 000
Suc natural	buc	5 200	10,00	52 000
			TOTAL	200 000
			Cifra de afaceri	200 000
Total venituri		200 000	lei	
Total cheltuieli		162 560	lei	
Profit brut		37 440	lei	

Rata profitului pentru primul an de activitate

18,72%

INVESTIȚII

Nr. crt.	Bunuri materiale	U.M.	Cant	P.U.	Valoare
1	Calculator (Dn = 2 ani)	buc	2	2 000	4 000

Total 4 000

Total investiții 4 000

DIMENSIONAREA CHELTUIELILOR

Cheltuieli cu amortizarea

1	200 lei/lună • 9 luni =	1 800	lei/an	
---	-------------------------	-------	--------	--

Stocuri (bunuri materiale)

Nr. crt.	Bunuri materiale	U.M.	Cant/an	P.U.	Valoare
1	Dulap	buc	1	400	400
2	Multifuncționale	buc	1	800	800
3	Materiale consumabile				2 000
4	Cheltuieli cu mărfurile				130 000

Total 133 200

Cheltuieli cu personalul

Nr. crt.	Funcția	Număr ocupanți ai postului	Salariu brut
1	Manager	1	300
2	Asistent manager	1	150
3	Manageri departamente	5	150
4	Personal departamente	8	100
Total salarii brute			2 000 lei / lună

Cheltuieli cu asigurările și protecția socială

1	CAS	20,80%	416
2	CASS	5,20%	104
3	Fond șomaj	0,50%	10
4	Concedii și indemnizații	0,85%	17
5	Accidente muncă și boli profesionale	0,178%	4
6	Fond garantare creanțe salariale	0,25%	5
		Total	556
Total cheltuieli salariale lunar		2 000 lei + 556 lei =	2 556
Total cheltuieli salariale anual		2 556 lei • 10 luni =	25 560

Cheltuieli cu reclamă și publicitate

1 000 lei/an

Cheltuieli cu chiria

1 000 lei/an**Total cheltuieli****162 560 lei****C. Activitate practică****Denumire:** Modelarea firmei de exercițiu pe baza indicatorilor financiari**Mod de lucru:** Firme de exercițiu constituite/grupe de lucru**Resurse:**

- de timp: 1 oră;
- materiale: calculator, imprimantă, flipchart, markere, post-it-uri colorate.

Sarcini de lucru:

- Realizați planul financiar preconizat pentru firma de exercițiu.
- Modelați firma de exercițiu pe baza indicatorilor financiari.

Recomandări: Planul financiar să fie pe cât posibil ancorat în mediul de afaceri real.**Instrumente de evaluare:** Fișă de evaluare**Grupa/firma de exercițiu** _____

Nr. crt.	Plan financiar	Descriere	Previzionare
1.	
2.	
....	

Notă: Puteți alege indicatorii financiari reprezentativi pentru activitatea firmei de exercițiu.

4.2. Elaborarea planului de afacere pentru firma de exercițiu

A. Noțiuni teoretice

Firma de exercițiu Este o **firmă virtuală** care își desfășoară activitatea conform clasificării activității din economia națională- CAEN. Descrierea firmei de exercițiu reprezintă cartea de vizită a întreprinzătorului, primul contact cu ceea ce exprimă afacerea gândită de echipa managerială. **Numele și logo-ul**, ca elemente de identificare, fac diferența firmelor de exercițiu pe o piață competițională destul de numeroasă.

Organizarea firmei de exercițiu presupune organizarea diferitelor activități componente (aprovizionare, desfacere, marketing, financiar-contabil, resurse umane etc.) în vederea atingerii obiectivelor.

Organigrama firmei de exercițiu este dependentă de modul în care sunt plasate și utilizate resursele umane angajate la un moment dat.



Deși activitatea se desfășoară virtual, procentul dintre funcțiile de conducere și cele de execuție trebuie să reflecte mediul real de afaceri.

Exprimată sub formă grafică, organigrama firmei de exercițiu prezintă sugestiv și sintetic o structură organizatorică ce pune în evidență compartimentele, nivelurile ierarhice și relațiile între compartimente.

Managementul reprezintă centrul decizional al firmei de exercițiu cu rol hotărâtor în inițierea și derularea afacerii.

Cifra de afaceri planificată cuprinde suma totală a veniturilor din operațiunile comerciale efectuate de firma de exercițiu într-o perioadă de timp preconizată.

Cota de piață planificată reprezintă ponderea ce revine firmei de exercițiu pe piața produsului/serviciului din care face parte și se calculează prin raportarea volumului de vânzări al firmei de exercițiu la volumul de vânzări totale ale produsului/serviciului pe piața virtuală.

Viziune/misiune **Viziunea** reprezintă intențiile managementului firmei de exercițiu pentru următorii ani.
Misiunea motivează necesitatea lansării noii afaceri a firmei de exercițiu și beneficiile aduse clienților.

Ideea de afacere Ideea de afacere este temelia unei afaceri de succes.
Angajații firmelor de exercițiu, adevărați întreprinzători pe piața virtuală, au ca surse de inspirație: experiența celorlalți, pasiunile proprii, interacțiunea cu mediul economic real, căutările sistematice, noile descoperiri/tehnologii etc.

Pentru a trece de la o **idee de afacere** la o **oportunitate** pe piața firmelor de exercițiu, echipa de management identifică dacă afacerea este cerută pe piață, dacă raportul dintre profit și risc este încurajator, dacă profitul estimat justifică atât capitalul investit cât și timpul alocat și depășește costurile totale preconizate.

Un management vizionar identifică posibilitatea menținerii profitabilității afacerii pe o perioadă mare de timp indiferent de influența factorilor interni și externi. De asemenea, în orice moment, firma de exercițiu se poate dezvolta și moderniza.

Cercetarea pieței este vitală pentru afacerea firmei de exercițiu fie că este o idee nouă, fie că se realizează în cadrul unei activități curente. În urma rezultatelor obținute, se conturează afacerea pentru firma de exercițiu, se aleg căile cele mai eficiente pentru atingerea obiectivelor.

Obiective Obiectivele sunt rezultate care se așteaptă în urma implementării afacerii. Strategiile sunt principiile folosite pentru atingerea obiectivelor propuse.



**Obiectivele afacerii se stabilesc în funcție de misiunea firmei. Sunt estimate comparativ atât în varianta optimistă, cât și în cea pesimistă. Exprimarea obiectivelor se face conform formulei:
Verb + Substantiv + Valoare = Obiectiv**

Oferta de produse/servicii

Prezentarea produselor/serviciilor firmei de exercițiu oferă oportunitatea descrierii avantajelor acestora din perspectiva clienților.



Angajații din firma de exercițiu știu sau cel puțin au formată o idee asupra a ceea ce dorește piața virtuală.

Avantaje asupra concurenței

Concurența pe piața firmelor de exercițiu este destul de mare pe anumite sectoare de activitate. Atracția pentru un produs/serviciu este determinată de satisfacerea nevoii, campaniile agresive de marketing și, nu în ultimul rând, de prețul acestuia.

Analizând atât cât este posibil concurența, angajații din firma de exercițiu caută să identifice punctele slabe și modul în care acestea pot fi exploatare. Produsele/serviciile oferite prin firma de exercițiu trebuie să aibă un plus de valoare față de concurență pentru a declanșa decizia de cumpărare, pe o piață virtuală destul de selectivă în tranzacționare.

Cunoscând elementele cheie ale concurenței, angajații din firma de exercițiu pot acționa în sensul dezvoltării propriei afaceri luând în calcul atât resursele umane, cât și caracteristicile funcționale ale firmei de exercițiu.

Planul de marketing

Abordarea afacerii firmei de exercițiu **prin prisma marketingului** înseamnă a începe activitatea pornind de la dorințele și nevoile clienților pieței virtuale și nu numai. Deciziile luate de angajații din firma de exercițiu în legătură cu produsele/serviciile oferite, modalități de vânzare, prețurile practicate, promovare, sunt adoptate în urma unei intense cercetări a nevoilor și dorințelor clienților.

Monitorizarea permanentă a evoluției cererii, permite angajaților din firma de exercițiu să ia măsuri în vederea adaptării la tendințele pieței.

O strategie de marketing bine aleasă sporește succesul firmei de exercițiu pentru atingerea scopurilor și obiectivelor fixate, jalonează activitatea celorlalte departamente.

Pentru a fi competitivă, strategia de marketing a firmei de exercițiu trebuie să fixeze prețuri care să satisfacă clienții și să fie profitabile pentru afacere.



Planul de marketing, indiferent cât de exact este realizat, nu ferește firma de exercițiu, managementul acesteia, de posibilitatea unui eșec determinat de evoluția mediului economic virtual.

În vederea identificării segmentului de piață căruia i se va adresa, firma de exercițiu trebuie să identifice grupul țintă de firme de exercițiu pentru care vor fi concepute produsele/serviciile sale.



Caracteristicile psihografice, deși mai puțin tangibile, sunt foarte importante în declanșarea deciziei de cumpărare pe piața firmelor de exercițiu. De cele mai multe ori se achiziționează acele produse/servicii importante pentru desfășurarea activității virtuale. Descărcarea în contabilitatea firmei de exercițiu pentru produsele/serviciile nejustificate constituie un impediment.

Promovarea produsului/serviciului poate duce fie la succesul, fie la falimentul afacerii. A avea un produs/serviciu competitiv și a nu-l promova este ca și cum nu s-ar desfășura activitatea din firma de exercițiu.



Firma de exercițiu stabilește din start cât anume își poate permite pentru promovare. O abordare pragmatică ar fi un calcul clar cost – beneficiu, sau alocarea unui procent din vânzări.

Strategia de dezvoltare a afacerii prin firma de exercițiu urmărește **feedback-ul din partea clienților**. Este de fapt cel care dă pulsul pentru rezultate sau efecte slabe, între ceea ce s-a dorit a se realiza și ceea ce s-a obținut. Pentru obținerea feedback-ului în firma de exercițiu se lansează chestionare de satisfacție prin intermediul Internetului, fiind posibilitatea cea mai puțin costisitoare.



Elementele de identitate ale unei societăți comerciale care funcționează pe o piață reală sunt supuse dreptului de autor odată cu înregistrarea/ înmatricularea acesteia. Copierea lor fără acordul proprietarului este o încălcare a drepturilor de autor și se pedepsește conform legislației.

Dreptul de autor este în prezent reglementat de **Legea 8/1996** privind dreptul de autor și drepturile conexe. Deși funcționează pe o piață virtuală, firmele de exercițiu respectă cadrul legal în vigoare.

Planul financiar Pentru a nu aluneca pe panta falimentului, o firmă de exercițiu analizează cu atenție costurile implicate în derularea afacerii.

Fluxul de numerar reprezintă piesa de rezistență a planului de faceri. Acesta demonstrează capacitatea firmei de exercițiu de a face față costului finanțării, rambursarea creditului și plata dobânzii (în cazul unui împrumut bancar de la ROCT) sau plata dividendelor (pentru un aport de capital social).

Elaborarea bugetului previzionat pentru firma de exercițiu se poate realiza prin evaluarea veniturilor și a cheltuielilor/intrărilor și ieșirilor de numerar (virtual) pe baza datelor anterioare, ajustate în funcție de schimbările previzibile pentru perioada de previzionare.

Primul pas pentru crearea unui plan financiar îl constituie **dezvoltarea bugetului de start** care include acele **costuri necesare o singură dată** (echipamentele, depozitele utilităților etc.).

Bugetul de start acoperă următoarele cheltuieli: personal (costuri de angajare); taxe legale și profesionale, licențe, echipament, asigurări, aprovizionare, publicitate și promovare, salarii, contabilitate, venituri, utilități și cheltuieli neprevăzute.

Un **buget operațional** al firmei de exercițiu este pregătit în momentul în care aceasta își începe afacerea. **Bugetul operațional reflectă prioritățile de cheltuire a fondurilor, costurile**

preconizate, modul în care se face față acestor cheltuieli și **sumele care vor acoperi primele trei sau șase luni de operare.**

Permite următoarele cheltuieli: personal, asigurări, chirie, depreciere, plata împrumuturilor, publicitate și promovare, contabilitate, cheltuieli neprevăzute, salarii, utilități, datorii/subscripții/onorarii, taxe și reparații.

Previzionarea vânzărilor firmei de exercițiu se raportează la: perioade de timp (a nu se uita influența generată de anotimpuri), structurarea ofertei de produse/servicii (în funcție de priorități, categorii, importanță, stocuri), grupe de clienți și cota de piață.

Vânzările firmei de exercițiu se prezintă, din punct de vedere istoric, pe ultimii trei ani și previziunile pentru următorii trei (dacă afacerea nu este nouă) sau previzionări pe termen scurt/mediu/lung dacă afacerea este la început.



Previzionarea vânzărilor reprezintă primul pas al bugetării activității unei firme de exercițiu.

Prețul produsului/serviciului oferit clienților virtuali asigură recuperarea costurilor totale (directe/indirecte) și obținerea de profit (la toate cheltuielile se adaugă și TVA).

Rentabilitatea este capacitatea unei firme de exercițiu de a realiza vânzări care depășesc costurile implicate pentru realizarea acestora, respectiv costurile activităților.

Pentru obținerea unei **finanțări prin credit bancar (ROCT)**, firma de exercițiu cu vechime pe piața virtuală anexează bilanțurile din ultimii 2-3 ani și ultima bilanță de verificare contabilă.

Atât pentru firmele de exercițiu nou înființate, cât și pentru cele cu vechime pe piața virtuală se anexează bilanțuri previzionate lunare pentru primul an și bilanțuri anuale pentru următorii trei ani, contul de profit și pierdere previzionat pentru aceeași perioadă, previziunea cash-flow-ului. În mediul de afaceri bancar real, documentele în vederea obținerii creditului pentru dezvoltarea afacerii sunt aceleași.

Se poate apela și la programe de finanțare speciale care, în urma întocmirii unui proiect viabil și bine documentat, susțin dezvoltarea afacerii prin fonduri nerambursabile (doar pe piața reală).

Analiza SWOT **Punctele forte** și cele **slabe** sunt legate de firma de exercițiu, de strategia adoptată și de dezvoltare a activității comparativ cu concurența.

Oportunitățile și **amenințările** sunt factori în care firma de exercițiu nu are control, sunt caracteristice mediului de piață și concurenței.

Pentru o firmă de exercițiu, **analiza SWOT** ia în considerare **organizarea** acesteia, performanțele, **produsele/serviciile, piețele strategice.**



Punctul tare pentru o firmă de exercițiu poate fi punctul slab pentru o alta.

Perspectivă de dezvoltare ROCT dă posibilitatea **majorării capitalului social, fuziunii și asocierii în participație** a firmelor de exercițiu înmatriculate în vederea dezvoltării afacerilor proprii.

Trecerea de la viața virtuală la cea reală este doar un pas pentru tinerii întreprinzători, angajați ai firmelor de exercițiu. Perspectivă de dezvoltare ale propriei afaceri sunt legate de posibilitățile de finanțare dar și de viabilitatea ideilor în mediul real.

Concluzii Planul de afaceri al unei firme de exercițiu este un instrument esențial mai ales pentru o firmă nouă, care are nevoie de o planificare strategică a activității sale. Deși nu există o formă unică de structurare a planului de afaceri, se pot identifica elemente esențiale datorită rolului și implicațiilor asupra evoluției viitoare a firmei de exercițiu. Intrarea acesteia pe piața virtuală necesită o analiză atentă prin dezvoltarea unei afaceri profitabile, care să o mențină o perioadă mare de timp în rândul întreprinzătorilor înmatriculați la ROCT.

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Viziune, obiective, strategii – firma de exercițiu KULTUR BIO SRL

Pornind de la planul financiar preconizat (anexă CD)

Viziunea: În următorii trei ani ne propunem să deținem 10% din piața comerțului cu ridicata al fructelor, legumelor și băuturilor BIO (piața reală) și 70% (piața firmelor de exercițiu). Firma de exercițiu KULTUR BIO SRL va atinge o cifră de afaceri de 540 000 lei în al treilea an de activitate.

Misiunea:

- Oferirea de fructe și legume Bio care să contribuie la menținerea stării de sănătate a consumatorilor;
- Energizarea organismului pe cale naturală.

Obiectivele:

- Creșterea profitului cu 10% anual;
- Amortizarea activelor imobilizate în doi ani;
- Reducerea stocurilor de marfă cu **mișcare lentă sau nevandabile** 30% în următorul an.

Strategia:

- **grupul țintă:** persoane care conștientizează avantajele produselor bio;
- **gama de produse:** fructe/legume bio;
- **stocuri reduse:** prin politici adecvate de promovare;
- **standard ridicat de calitate:** certificare și acreditare a produselor/proceselor;
- **politică de marketing performantă:** realizarea sistematică de cercetări de marketing și analize SWOT.

C. Activități practice

Activitatea 1

Denumire: De la idee la afacere în mediul virtual prin firma de exercițiu

Mod de lucru: Pe grupe/firme de exercițiu constituite

Resurse:

- de timp: 1 oră;
- materiale: foi de flipchart, markere, post-it-uri, reviste de specialitate, Internet, calculator.

Sarcini de lucru:

- Creați ideea de afacere pornind de la obiectul de afacere al firmei de exercițiu;
- Argumentați viabilitatea ideii de afacere (mediul virtual);
- Precizați perspective de dezvoltare ale ideii de afacere pe piața virtuală.

- Recomandări:**
- Cercetarea pieței virtuale de afaceri – site-ul ROCT;
 - Discuții cu parteneri de afaceri de succes.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Firma de exercițiu _____

Obiect de activitate _____

Idee de afacere _____

Nr. crt	Sarcină de lucru	Punctaj acordat	Argumentare
1.	Crearea ideii de afacere pornind de la obiectul de afacere al firmei de exercițiu		
2.	Argumentarea viabilității ideii de afacere (mediul virtual)		
3.	Perspectivă de dezvoltare ale ideii de afacere pe piața virtuală		
4.	Total		

Notă: Evaluarea se face de celelalte firme de exercițiu. Afacerea cu punctaj maxim este discutată în plen în vederea identificării oportunităților de afaceri pe piața firmelor de exercițiu.

Activitatea 2

Denumire: Măsurarea obiectivelor pentru firma de exercițiu

Mod de lucru: Pe grupe/firme de exercițiu constituite

- Resurse:**
- de timp: 1 oră;
 - materiale: foi de flipchart, markere, post-it-uri, Internet, calculator, fișă de lucru.

Sarcini de lucru:

- Stabiliți obiectivele pentru firma de exercițiu (SMART).
- Analizați obiectivele în funcție de perspectivele de dezvoltare ale firmei de exercițiu într-un mediu virtual/real.

Recomandări:

- Stabilirea de obiective SMART în vederea dezvoltării afacerii

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Firma de exercițiu _____

Obiect de activitate _____

Cifra de afaceri	Profit	Segmentul de piață	Cheltuieli fixe
Calitatea	Servicii suplimentare	Cheltuieli salarii	Investiții
Siguranța	Eficiența	Relații cu publicul	Angajați
Structura costurilor	Stocuri	Impactul asupra comunității	Sustenabilitate

Notă: Dacă se găsesc și alți indicatori cu impact asupra obiectivelor firmei de exercițiu, lista rămâne deschisă.

Sugestii metodice

Se pot utiliza tehnicile de creativitate din *Ghidul metodologic* de la capitolul „Instrumente”.

Se pot utiliza Fișele metodice de pe CD:

- 4_FM_De_la_idee_la_afacere;
- 4_FM_Viabilitatea_afacerii_pe_piața_firmelor_de_exercițiu;
- 4_FM_Identificarea_ideilor_de_afaceri_prin_metoda_Roata_cuvintelor;
- 4_FM_Analiza_concurenței_pe_piața_FE;
- 4_Oferta_FE_KULTUR_BIO_SRL;
- 4_Plan_financiar_FE_KULTUR_BIO_SRL.

Glosar de termeni

Competență: capacitatea de a utiliza cunoștințe, abilități și aptitudini personale, sociale și/sau metodologice, în situații de muncă sau de studiu și în dezvoltarea personală și profesională. În contextul Cadrelui European al Calificărilor, competența este descrisă în termeni de responsabilitate și autonomie.

Competență cheie: reprezintă un set transferabil de cunoștințe, abilități și atitudini de care are nevoie fiecare persoană pentru împlinirea și dezvoltarea personală, incluziune și ocuparea unui loc de muncă și care ar trebui să funcționeze ca bază a învățării ulterioare, parte a învățării pe tot parcursul vieții.

Plan de afacere: descrie trecutul, prezentul și planurile de viitor ale unei afaceri, în vederea solicitării unei investiții, căutării unui acționar sau vânzării firmei. Are o solidă componentă financiară.

Fuziune: unire într-o singură unitate a unor organizații, grupări etc.

Bibliografie

Surse online:

www.postuniversitar.ro/art-planuri-de-afaceri.php





Departamentul de marketing și procesele aferente

Motto: „Creăm valoare pentru clienți și obținem în schimb valoare de la clienți”

Motivație Marketingul presupune „ofertă de valoare și ridicarea standardului de viață”. Firmele de exercițiu de succes cercetează piața, concep strategii de marketing axate pe nevoile clienților și **crează valoare** pentru aceștia. Ele **oferă noi întrebunțări ale produselor și serviciilor**, fiind cu un pas înaintea cerințelor pieței și cu mai mulți pași înaintea firmelor de exercițiu cu ofertă tradițională de **produse similare**. Astfel, firmele de exercițiu de succes creează ele însele viitorul, obținând de la clienți, în schimb, valoare sub forma vânzărilor, a profiturilor și a valorii de capital a clienței.

Competențe și obiective

COMPETENȚE DIN FIRMA DE EXERCIȚIU	COMPETENȚE SPECIALIZATE
<ul style="list-style-type: none"> • Aplică instrumentele esențiale de marketing • Utilizează tehnicile de comunicare și negociere adecvate în activitatea curentă dintr-o firmă • Dezvoltă obiectivele strategice, obiectivelor operaționale pentru o firmă 	<ul style="list-style-type: none"> • Analizează modalitățile de a fi competitiv în mediul de afaceri • Adaptează strategiile în funcție de informațiile deținute în urma analizei mediului concurențial • Evaluează piața pe care acționează agentul economic • Aplică diverse componente ale mixului promoțional • Aplică tehnici de comunicare în negociere • Utilizează strategii și tactici de negociere
OBIECTIVE PEDAGOGICE	OBIECTIVE ECONOMICE
<ul style="list-style-type: none"> • Să anticipeze situațiile problemă • Să aibă capacitatea de a identifica o situație problematică • Să reflecte asupra propriilor acțiuni 	<ul style="list-style-type: none"> • Să anticipeze nevoile clienților și adaptarea permanentă a ofertei la acestea • Să descrie gama de produse • Să evalueze oferta de produse și servicii a concurenților • Să recunoască diferitele strategii de preț • Să identifice tehnicile moderne de promovare • Să promoveze pe piață oferta proprie de bunuri și servicii • Să analizeze și să interpreteze datele • Să comunice eficient cu consumatorii pentru satisfacerea nevoilor acestora • Să aleagă tacticile și tehnicile adecvate negocierii

- Conținuturi tematice:**
- 5.1. Atribuțiile departamentului marketing
 - 5.2. Descrierea proceselor aferente departamentului marketing
 - 5.3. Politica de produse și prețuri
 - 5.4. Posibilități de distribuție (contractul cadru și e-commerce)
 - 5.5. Elaborarea de materiale publicitare (pliante, broșuri, cărți de vizită, logo și design corporativ)
 - 5.6. Tehnici de negociere
 - 5.7. Elaborarea site-ului firmei de exercițiu web
 - 5.8. Elaborare de magazine virtuale (Web shops).

5.1. Atribuțiile departamentului marketing

A. Noțiuni teoretice

Philip Kotler, „părintele” marketingului, definea marketingul ca pe „un proces social și managerial prin care indivizi sau grupuri de indivizi obțin ceea ce le este necesar și doresc, prin **crearea, oferirea și schimbul de produse și servicii cu o anumită valoare**”. În ultima sa carte, Kotler a demonstrat că marketing fără Internet nu va mai fi posibil. La rândul lui, **Bill Gates**, patronul renumitei firme Microsoft, parafrazând celebra frază a lui Malraux: „Secolul XXI va fi mistic sau nu va fi deloc”, a spus că **în viitor afacerile vor fi de două feluri, pe Internet sau deloc**. Întrucât **marketingul online** se bazează în foarte mare măsură pe marketingul direct, pentru a excela în acest domeniu, e absolut necesar să cunoști bazele marketingului pur, tradițional.

În cadrul unei firme de exercițiu, **Marketing** înseamnă mai mult decât un simplu departament. **Firma de exercițiu de succes** este abordată ca un **sistem de departamente** menit să asigure derularea **proceselor interne ale afacerii**. Fiecare proces presupune parcurgerea mai multor etape și necesită o analiză din partea mai multor departamente ale firmei de exercițiu. Astfel, pentru parcurgerea nestingherită și fără sincope a fiecărui proces, se apelează la echipe interdepartamentale, personalul de **marketing al firmei de exercițiu** intrând în legătură cu cel din departamentele de aprovizionare, producție, desfacere și financiar.

Întrucât marketingul reprezintă **„știința și arta de a convinge clienții să cumpere”** sau **„arta și știința de a vinde”**, în firma de exercițiu, **personalul specializat din departamentul de marketing este responsabil pentru elaborarea și punerea în practică a mixului de marketing (strategiei de marketing)**, cu cei **4 P**, componentele sale: **politica de produs, politica de promovare pe piață a firmei de exercițiu și a produselor sale, politica de plasament (distribuție) și politica de preț**. În **alegerea mixului de marketing optim**, de o mare importanță sunt, pe lângă cunoștințele teoretice și competențele antreprenoriale specifice, logica, imaginația, bunul simț economic, dar și modelarea matematică, de unde rezultă și **caracterul inter- și trans-disciplinar** al activității din departamentul de marketing.



Activitățile desfășurate de compartimentul de marketing din firma de exercițiu sunt:

- Studiul pieței interne și externe, reale și virtuale;
- Realizarea materialelor publicitare;
- Realizarea și reactualizarea listelor de prețuri;
- Elaborarea de cataloage de prezentare a produselor, website-uri;
- Pregătirea și participarea la târguri și expoziții;
- Corespondența electronică și scrisă cu clienții;
- Promovarea imaginii firmei.

Activitățile de marketing din firma de exercițiu pot fi structurate pe domenii.

Domenii de bază	Domenii suplimentare
<ul style="list-style-type: none"> Politica de produs și sortiment (includerea unor produse noi, excluderea produselor care rămân nevândute, fundamentarea economică a deciziilor) Planul de marketing (Briefing cu privire la acțiuni și costuri, planul acțiunilor publicitare) Studierea pieței (conurență, clienți) Politica de preț și condiții (de exemplu, cu ocazia introducerii pe piață a unui nou produs) Publicitate (Marketing direct, publicarea de anunțuri) Promovarea vânzărilor (consumer promotion) 	<ul style="list-style-type: none"> Cercetare de piață Politica de produs și sortiment (prestații auxiliare) Relații publice (Public Relations) Identitate sau design corporativ (Corporate Identity) Promovarea vânzărilor (instruirea colaboratorilor, motivații pentru bune performanțe) Publicitate prin intermediul mijloacelor noi

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



În corelație cu ciclul de funcționare al unei firme de exercițiu, **responsabilitățile personalului din departamentul „Marketing” al FE KULTUR BIO SRL** pot fi sistematizate în câteva **atribuții principale specifice acestui departament**.

Atribuții specifice departamentului de marketing din FE KULTUR BIO SRL

Imediat după înființarea FE KULTUR BIO SRL	În mod curent în FE KULTUR BIO SRL	La predarea FE KULTUR BIO SRL
<ul style="list-style-type: none"> Stabilirea primelor elemente de design corporativ (Corporate Identity) necesare în FE: logo/ sigla FE și sloganul FE Elaborarea și alegerea mixului de marketing (strategiei de marketing/cei 4 P) Studierea pieței interne și externe, reale și virtuale (conurență, clienți) în colaborare cu departamentul de achiziții și vânzări Elaborarea unor statistici referitoare la nevoile clienților și mărimea cifrei de afaceri Stabilirea obiectivelor de marketing Elaborarea planului de marketing Elaborarea politicii de comunicare: planul de acțiuni publicitare Solicitarea de cataloage de la firme reale: firma parteneră sau de la alte firme Elaborarea politicii de produse și sortiment: câte produse, care produse, ce servicii auxiliare Evaluarea listei de produse în funcție de cifra de afaceri Elaborarea politicii de preț: prețuri, condiții de livrare și de plată, condiții generale de afaceri Elaborarea politicii de distribuție: catalog de produse și oferte noi cu caracter general și special; inițializare pagina web și Web shops Analizarea prevederilor legate de protecția consumatorilor 	<ul style="list-style-type: none"> Punerea în aplicare a planului de marketing și a tuturor politicilor elaborate imediat după înființare Atragerea de clienți noi prin realizare de materiale publicitare și acțiuni publicitare, publicitate pentru vânzări, campanii de publicitate tradiționale sau online Public Relations Vânzări personalizate Realizarea și reactualizarea listelor de prețuri Promovarea imaginii firmei de exercițiu prin intermediul unor servicii de design corporativ complet sau Corporate Identity (logo, broșuri, pliante, materiale publicitare, web site - crearea și actualizarea curentă a web site-ului, respectiv utilizarea Web shop – COM NET Actualizarea permanentă a cataloagelor de prezentare a produselor Correspondența electronică și scrisă cu clienții Campanii de publicitate tradiționale sau online Pregătirea și participarea la târguri și expoziții (dezvoltat în cap. 14) Promovarea vânzărilor (instruirea angajaților firmei de exercițiu, motivații pentru bune performanțe) 	<ul style="list-style-type: none"> Acțiune finală de marketing – în cadrul școlii cu anii de studiu 1 și 2 Analiza îndeplinirii obiectivelor de marketing Redactarea unui raport final Predarea locului de muncă

C. Activitate practică

Denumire: Pregătirea activităților în cadrul departamentului de marketing al FE KULTUR BIO SRL

Mod de lucru: Individual

Resurse:

- de timp: 3 ore;
- materiale: organigrama, fișe de post, regulamentul de organizare și funcționare ale firmei mamă.

Sarcini de lucru:

- Structurați obiectivele departamentului de marketing pentru anul
- Actualizați prezentarea FE KULTUR BIO SRL și a produselor acesteia;
- Analizați corespondența.

Recomandări:

- Activitatea poate fi trecută în portofoliul individual;
- Se promovează arta comunicării în grup.

Instrumente de evaluare: Procesul-verbal/Minuta

5.2. Descrierea proceselor aferente departamentului de marketing



A. Noțiuni teoretice

Scopul marketingului în firma de exercițiu este:

- să cunoască **nevoile clienților** (ale altor firme de exercițiu);
- să creeze **oferte de marketing** imbatabile;
- să stabilească **prețuri** cât mai **competitive**;
- să distribuie **produsele** altor firme de exercițiu în timp util;
- să promoveze produsele eficient.

Procesul de marketing pentru firma de exercițiu cuprinde:

1. cunoașterea pieței, a nevoilor și a dorințelor clienților (pe site-ul ROCT se poate vedea rețeaua firmelor de exercițiu din anul școlar curent, se ia legătura cu cei care pot oferi informații).



Prin tranzacționarea produselor pe piață, firmele de exercițiu câștigă valoare și satisfacție dacă performanța produsului se ridică la înălțimea așteptărilor clienților.

2. conceperea unei strategii de marketing focalizate pe client

Pentru descoperirea strategiei de marketing optime trebuie să se răspundă la întrebările:

Ce clienți vom servi?

- Piața se împarte în segmente de clienți.

Cum îi putem servi cât mai bine pe acești clienți?

- Se aleg segmentele care vor fi dezvoltate.

De ce ar cumpăra produse de la firma noastră de exercițiu și nu de la altă firmă cu același obiect de activitate existentă în rețeaua ROCT?

- Se decide felul în care acești clienți aleși vor fi serviți.

3. elaborarea unui program de marketing care oferă o valoare superioară ofertei.**Oferta trebuie să conțină:**

- elementele de identificare ale ofertantului;
- denumirea exactă a produselor/serviciilor;
- descrierea caracteristicilor produselor/serviciilor;
- calitatea produselor;
- prețul (eventualele reduceri de preț);
- condiții și termene de livrare;
- durata de valabilitate a ofertei.

4. construirea relațiilor cu firmele de exercițiu care au calitate de clienți**5. stabilirea strategiei de marketing pentru firma de exercițiu**

Sarcina de a alege o strategie pentru dezvoltarea pe termen lung a firmei de exercițiu poartă denumirea de **planificare strategică**.

Planificarea strategică cuprinde:**Stabilirea viziunii strategice, care presupune:**

- Definirea misiunii întreprinderii;
- Definirea domeniului de activitate;
- Definirea unității strategice de activitate;
- Fixarea obiectivelor generale ale întreprinderii.

Analiza situației întreprinderii prin intermediul următoarelor:

- Analiza mediului (auditul de marketing);
- Analiza SWOT;
- Stabilirea ipotezelor referitoare la componentele mediului de marketing.

Formularea strategiei de marketing cu următoarele etape:

- Formularea obiectivelor și a strategiilor de marketing;
- Stabilirea mixului de marketing;
- Programul de marketing.

Alocarea resurselor, implementarea și controlul activității de marketing:

- Stabilirea bugetului;
- Implementarea programului;
- Controlul activității de marketing.

Instrumentul de realizare a planificării strategice de marketing îl reprezintă **planul strategic de marketing**.

Pentru ca o strategie să aibă succes trebuie avute în vedere două elemente:

- alegerea corectă a acestora, ceea ce presupune o analiză atentă a obiectivelor firmei de exercițiu și a mediului concurențial din rețeaua firmei de negociere;
- operaționalizarea strategiei.

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Plan operațional de participare la târg

Obiectiv	Activitate	Responsabil	Resurse	Termen	Rezultate
1. Informare despre târg și studiu de piață	Identificarea concurenților și a tendințelor pieței	Departamentul marketing	Lista cu participanții la târg	Noiembrie 201N	Plan de marketing
2. Lărgirea gamei de produse și sortimente	Elaborarea unei noi oferte	Departamentul marketing și IT	Cataloage, oferte de produse ale unor firme de profil, pagini WEB	Noiembrie 201N	Catalogul actualizat
3. Creșterea eficienței prin prețuri competitive	Stabilirea prețurilor pe baza studiului ofertei concurenților	Biroul vânzări	Pagini WEB, ofertele concurenței	Noiembrie 201N	Lista de prețuri
4. Proiectarea și realizarea unui stand atractiv	Realizarea schiței standului, stabilirea necesarului de materiale	Departamentul marketing, manager IT	Poze cu standuri	Noiembrie 2010	Stand competitiv
5. Implementarea publicității profesionale	Realizarea catalogului, pliantelor, fluturașilor de stand	Departamentul marketing, IT	Pagini WEB, cataloage și oferte ale concurenților	Noiembrie 201N	Materiale publicitare de succes

C. Activitate practică

Denumire: Identificarea concurenților

Mod de lucru: Pe departamente

Resurse:

- de timp: 1 oră;
- materiale: PC conectat la Internet, consumabile, imprimantă, fișe de lucru.

Sarcini de lucru:

- Accesați site-ul www.roct.ro, secțiunea „Firme de exercițiu”.
- Selectați firmele de exercițiu cu același domeniu de activitate al firmei voastre de exercițiu.
- Realizați o analiză SWOT a unei firmei de exercițiu identificate.

Recomandări:

- Evaluarea este realizată de coordonatorul firmei de exercițiu.
- Fișa de evaluare se concepe ținându-se cont și de lucrul în grup.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Nr. crt.	Criteriu de evaluare	Realizare DA/NU	OBSERVAȚII

5.3. Politica de produse și de prețuri

A. Noțiuni teoretice

Strategia pe care doriți să o aplicați în firma de exercițiu se implementează cu ajutorul mixului de marketing.



Mixul de marketing:
produs, preț,
promovare,
plasare



Produsul este un element-cheie din oferta de marketing

Alegeți, combinați și antrenați resursele firmei de exercițiu pentru a ajunge la efectele dorite cu minimum de eforturi.



Planificați mixul de marketing începând cu formularea unei oferte care să le aducă valoare clienților vizați; oferte realizate după ce colectați informații din diverse surse.

În funcție de ciclul de viață, un produs se poate întâlni cu situația:

- creștere lentă a vânzărilor și profituri scăzute;
- creștere rapidă a vânzărilor și profituri cât mai mari;
- creșterea vânzărilor încetinită, profiturile stabilizate;
- vânzările și profiturile se diminuează.

Obiective de atins de către firma de exercițiu cu privire la politica de produs:

- **consolidarea poziției sale** în cadrul actualelor segmente de consumatori;
- **creșterea gradului de pătrundere în consum** a unui anumit produs pe care îl comercializează;
- **sporirea gradului de răspândire pe piață** a unui produs prin atragerea de noi segmente de utilizatori;
- **diferențierea față de produsele similare sau apropiate** de concurență;
- o mai bună poziționare în cadrul gamei din care face parte respectivul produs și **creșterea cotei sale de piață** etc.

Strategii posibile ale politicii de produs în firma de exercițiu:

- **Orientarea spre produs** se operaționalizează prin instrumente precum: creșterea productivității, descrierea atributelor produsului, oferirea de facilități obligatorii, ambianța etc.;
- **Orientarea spre piață** este alternativa strategică ce are, la baza tuturor acțiunilor firmei de exercițiu, consumatorul – instrumentul esențial cu care se realizează personalizarea produselor;
- **Creșterea complexității** presupune adăugarea de componente/activități și etape produsului/serviciului, asigurându-se o înaltă personalizare a produselor/serviciilor, o îmbunătățire a calității și o diferențiere mare față de concurență;
- **Creșterea divergenței** asigură o mai mare personalizare și flexibilizare și reflectă o orientare a activității spre piață, chiar dacă conduce la costuri mai ridicate;

Elementele pe care se bazează strategiile de produs ale firmei sunt:

- **Gradul de noutate al gamei de produse** (de exemplu, o firmă de exercițiu își îmbogățește oferta prin realizarea de noi linii de produse în cadrul gamei de produse existente);
- **Nivelul calitativ al gamei de produse** (de exemplu, o firmă de exercițiu realizează oferte de servicii turistice cu caracteristici de calitate superioare adaptate unui client fidel);
- **Mărimea gamei sortimentale** (de exemplu, o firmă de exercițiu are ca obiect de activitate produse farmaceutice, dar are și linii de produse cosmetice);
- **Prețul** – variabilă a mixului de marketing prin care se recuperează cheltuielile efectuate și se asigură beneficiile – profitul.

Prețurile în firma de exercițiu se stabilesc în funcție de:

- Negocierea cu furnizorii firmelor de exercițiu;
- Clientul individual și de situația de cumpărare;
- Diferențele față de costurile produselor/serviciilor similare.



Strategia de preț va fi determinată de piața vizată și de obiectivele de poziționare pe piață. Costurile determină pragul minim pentru prețul aplicat în firmă.

Strategiile de preț pot fi formulate în cazul firmei de exercițiu prin:

- oferta de produse/servicii;
- modul de formare a prețului;
- nivelul prețului practicat.

În funcție de modul sub care este comercializat produsul/serviciul, se disting trei tipuri de strategii de preț: strategia prețului forfetar, a prețului diferențiat pe produse parțiale și strategia combinată.

1. Strategia prețului forfetar este corespunzătoare produsului/serviciului, fiind indicată în situația în care produsul/serviciul oferit, alcătuit din componente distincte, este consumat, de regulă, în totalitate sau atunci când firma de exercițiu obține efecte pozitive printr-un astfel de consum, propunându-se în consecință stimularea acestuia. Strategia prețului forfetar presupune vânzarea

de produse/servicii alcătuite din mai multe componente, la un preț forfetar mai mic decât suma costurilor componentelor individuale.

2. Strategia unor prețuri distincte ale produselor/serviciilor componente este recomandată în situația în care acestea pot fi ușor individualizate, iar vânzarea și consumul se realizează, de regulă, fără existența unei legături cu consumul produsului/serviciului în ansamblu.
3. Strategia prețurilor combinate presupune oferirea concomitentă atât a unui preț global, cât și a unor prețuri individualizate, pe diferite componente ale produsului/serviciului. O astfel de strategie are o eficiență mai ridicată atunci când prețul produsului/serviciului este mai scăzut decât cel obținut prin însumarea prețurilor componente luate separat.



Pentru a satisface diferite tipuri de clienți folosiți diverse STRATEGII DE AJUSTARE a prețurilor:

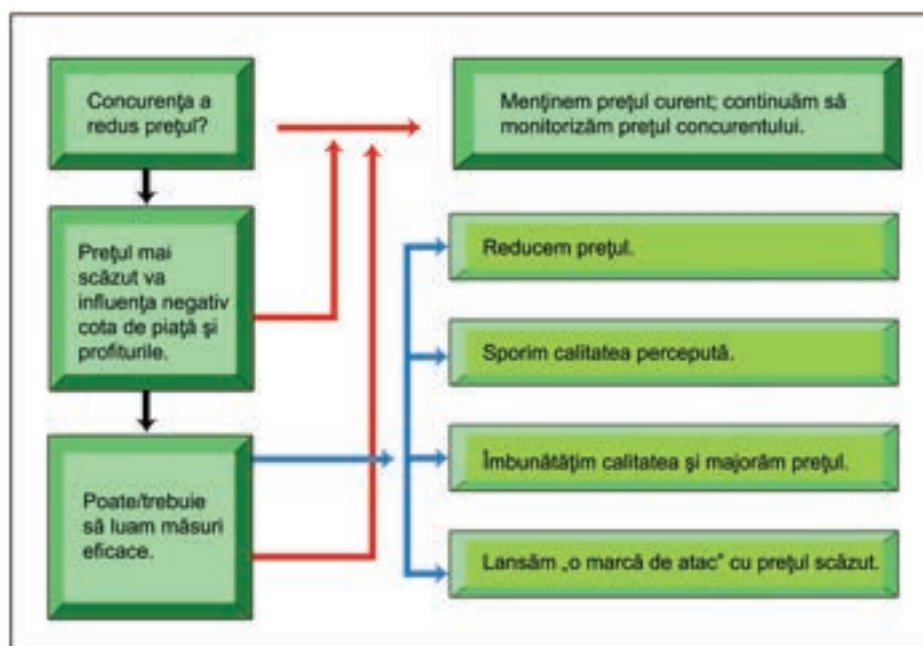
- acordați rabaturi și bonificații de preț;
- stabiliți prețurile pe segmente;
- folosiți strategia prețurilor psihologice;
- stabiliți prețuri promoționale;
- stabiliți prețuri diferențiate geografic;
- stabiliți prețuri pentru piețele internaționale.

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Planul de
adoptare al
strategiei de
produs și preț



Legendă: → DA → NU

C. Activitate practică

Denumire: Identificarea strategiilor de produs adecvate ofertei firmei de exercițiu

Mod de lucru: Pe departamente

Resurse:

- de timp: 30 minute;
- materiale: PC conectat la Internet, consumabile, imprimantă, fișe de lucru

Sarcini de lucru:

- Realizați strategia politicii de produs pentru firma de exercițiu în care sunteți angajați;
- Prezentați-o în cadrul firmei de exercițiu folosind programul PPT.

Recomandări: Țineți cont de:

- cercetările de piață;
- planul de marketing;
- planul de afaceri.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare a activității

Numărul grupei _____

Numele și prenumele elevului _____

Data _____

Criterii de evaluare	Foarte bine 5 puncte	Bine 3 puncte	Satisfăcător 1 punct	Punctaj/ criteriu
Prezentare: creativitate și originalitate, utilizarea adecvată a informațiilor și resurselor				
Organizare și eficiență: selectare adecvată a materialelor, accesibilitate, încadrare în timp, prezentare materiale realizate				
Limbaaj: claritate, accesibilitate, corectitudine gramaticală și ortografică				
TOTAL				

5.4. Posibilități de distribuție (contractul cadru și e-commerce)

A. Noțiuni teoretice

Sistemul de distribuție (plasament) al produselor/serviciilor dintr-o firmă de exercițiu este o componentă de bază a mixului de marketing (strategiei de marketing) și are în vedere noțiuni legate de:

- canalele de distribuție;
- circuitele și rețelele de transport;
- distribuția fizică și utilizarea intermediarilor pe arii de acoperire (cât?, când?, ce fel de?, în ce loc?);
- sortimentele;
- amplasarea;
- stocurile.

Politica de distribuție a unei firme de exercițiu implică următoarele activități specifice departamentului de marketing:

- elaborarea și actualizarea permanentă a catalogului de produse/servicii;
- elaborarea și propunerea de oferte noi de produse/servicii cu caracter general și special;
- inițializarea și actualizarea permanentă a web site-ului firmei de exercițiu;
- realizarea de tranzacții online fie prin Web shop sau magazinul virtual al tuturor firmelor de exercițiu, fie prin intermediul magazinului virtual al firmei de exercițiu, în cazul în care firma de exercițiu are creat un astfel de web shop sau magazin virtual.

Itinerarul parcurs de mărfuri pe piața firmelor de exercițiu, în circuitul economic al mărfurilor, de la producător până la consumator, prin intermediul actelor de vânzare-cumpărare este denumit **canal de distribuție**.



În firma de exercițiu, acest itinerar este realizat prin transferarea succesivă a dreptului de proprietate de la o firmă de exercițiu la alta.

Cu ocazia derulării activităților de vânzare-cumpărare din cadrul firmei de exercițiu și transferarea dreptului de proprietate asupra mărfurilor vândute, angajații firmelor de exercițiu trebuie să efectueze operații de completare a următoarelor documente:

- contractul cadru de vânzare-cumpărare;
- factura;
- chitanța sau ordinul de plată;
- fișa de magazie.

Contractul cadru de vânzare-cumpărare:

- este un **acord** între client și prestator, respectiv între cumpărător și vânzător;
- se referă la o **colaborare**;
- reglementează **aspecte de bază**;
- dă posibilitatea formulării unor **cazuri concrete**.

Aspectele **reglementate** în contractul cadru sunt următoarele:

- Fundamentele și **interesele** firmelor de exercițiu;
- **Obligațiile** de livrare/de prestare servicii și de primire/recepție;
- **Cerințele** privind calitatea;
- **Durata** contractului, respectiv termenul de reziliere;
- **Prețul**;
- **Volumul comenzii**.

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



CONTRACT CADRU 09 decembrie 2009 Încheiat între	
FE X SRL Colegiul Național Economic Drobeta Turnu Severin, Mehedinți 220037	FE KULTUR BIO SRL Colegiul Național Economic Formator Sinaia, Prahova 300420
se convin următoarele:	
§ 1 Ambii parteneri contractuali se obligă să recepționeze cel puțin o dată pe trimestru mărfuri în cadrul unei tranzacții reciproce. Valoarea comenzii este de 400,00 RON/trimestru. § 2 Prezentul contract cadru are o valabilitate de un an, începând din 01 ianuarie 2009 și se prelungește cu un an, în cazul în care nu este reziliat cu cel târziu șase săptămâni înainte de expirarea termenului. § 3 Dacă una din cele două societăți contractante se dizolvă, și prezentul contract se dizolvă fără consecințe juridice. § 4 Dacă vreunul din partenerii contractuali întârzie cu comanda mărfurilor, furnizorul va aduce aminte în acest sens. Dacă nu se realizează nici o comandă în termen de două săptămâni – calculată de la data documentului de reamintire – atunci furnizorul este îndreptățit să livreze și să calculeze mărfuri la alegerea lui până când se atinge volumul contractual. § 5 Partenerii contractuali acordă câte 10% reducere față de prețurile de catalog valabile la momentul cumpărării.	
§ 6 Livrarea se realizează ex depozit plus TVA. § 7 Pentru a se putea îndeplini prezentul contract cadru și pe durata vacanței, se admite ca acele comenzi, care se încadrează în această perioadă, să fie acordate cu o lună înainte sau după, având marcajul „Comandă pentru vacanță”. § 8 În rest se aplică respectivele condiții comerciale generale ale partenerilor contractuali. § 9 Cumpărătorul are de ales între transportul în regie proprie, respectiv comandă de transport. Dacă pe ordinul de comandă nu se ia nici o alegere, firma furnizoare va asigura livrarea printr-o expediție. În orice caz cumpărătorul va suporta costurile de transport.	
Drobeta Turnu Severin, 11 noiembrie 2009 FE X SRL Funcție..... Nume, Prenume..... Semnătură..... Semnătură indescifrabilă.....	Sinaia, 4 decembrie 2009 FE KULTUR BIO SRL Funcție..... Nume, Prenume..... Semnătură..... Semnătură indescifrabilă.....

C. Activitate practică

Denumire: Realizarea contractului cu clienții firmei de exercițiu

Mod de lucru: Pe departamente

Resurse:

- de timp: 50 minute;
- materiale: PC conectat la Internet, consumabile, imprimantă, fișe de lucru.

Sarcini de lucru: Realizați un contract cu un client fidel firmei de exercițiu.

Recomandări: Aveți în vedere tipul de client, vechimea colaborării, perioada acordului.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare a contractului (realizată de către profesorul coordonator)

5.5. Elaborarea de materiale publicitare (pliante, broșuri, cărți de vizită, logo și design corporativ)

A. Noțiuni teoretice

Într-o firmă de exercițiu, acțiunile de marketing se exprimă prin fiecare contact realizat în relațiile cu potențialii cumpărători. În acest sens, succesul sau eșecul oricărei afaceri derulate în firma de exercițiu nu depinde atât de performanțele tehnico-funcționale sau de costurile produselor/serviciilor, cât de:

- măsura în care produsele/serviciile răspund unor nevoi **reale (virtuale) ale consumatorilor/ clienților;**
- modul în care firma de exercițiu este capabilă să **reacționeze în timp util la schimbările care au loc**, la intervale de timp din ce în ce mai mici, **pe piața firmelor de exercițiu;**
- modul și măsura în care este valorificat un element de bază al mixului de marketing, și anume comunicarea care se face **utilizând instrumentele tradiționale din mixul comunicării**
 - publicitatea;
 - promovarea vânzărilor;
 - relațiile publice.

Ținând cont de presiunea care vine atât din partea firmelor de exercițiu concurente existente pe piața firmelor de exercițiu, cât și din partea noilor firme de exercițiu care vor intra pe piața românească, europeană și internațională, firmele de exercițiu trebuie să se adapteze rapid schimbării condițiilor de mediu. Prin urmare, **orice firmă de exercițiu trebuie să fie permanent orientată spre adoptarea unor noi inovații tehnice** și spre transpunerea acestora în servicii complementare cu un grad cât mai mare de utilitate și diferențiere față de concurenți.

Inovația reprezintă un important instrument pentru formarea imaginii, ceea ce este decisiv pentru firmele de exercițiu care comercializează produse virtuale și, de asemenea, poate fi o modalitate pentru o mai bună utilizare a resurselor fizice și umane din firma de exercițiu. Personalul firmelor de exercițiu necesită o permanentă formare, astfel încât să-și dezvolte competențele necesare convingătoare pentru acceptarea unui nou produs sau serviciu.

Pentru a introduce cu succes un nou produs/serviciu pe piață trebuie oferit consumatorilor un motiv temeinic pentru a-și schimba **comportamentul de cumpărare**. Pentru aceasta e necesar ca:

- lansarea produsului/serviciului să fie minuțios pregătită;
- prestatorii să fie calificați și entuziasmați;
- specialiștii de vânzări să facă serviciul cât mai vizibil.

Pentru a beneficia de rezultate bune în **introducerea unui nou produs/serviciu pe piață**, firmele de exercițiu ar trebui:

- să aibă în vedere o judicioasă utilizare a echipelor de proiectare, din care să facă parte și personal din departamentul de marketing;

- să se preocupe de studierea politicii de introducere a produselor/serviciilor noi de către firmele de exercițiu concurente;
- să elaboreze specificații pentru noul serviciu pentru a facilita prestarea lui.

Publicitatea de reamintire trebuie să fie permanentă, pentru a menține imaginea mărcii și fidelitatea clienților actuali. Acest tip de publicitate trebuie să comunice în primul rând modul în care nevoia va fi satisfăcută și mai puțin anumite caracteristici tehnice ale produselor sau serviciilor oferite. De asemenea, pentru **dezvoltarea relațiilor cu potențialii cumpărători** este necesară:

- o publicitate informativă intensă în perioada ofertelor promoționale și în momentele lansării unor produse/servicii noi sau bazate pe noi tehnologii;
- promovarea imaginii firmei prin intermediul unor servicii complete de design corporativ (logo, broșuri, pliante, materiale publicitare, web site etc.)

O publicitate informativă intensă se poate realiza prin intermediul următoarelor instrumente de marketing:

Instrumente personale de marketing (nu sunt pe lista tradițională de marketing)	Instrumente promoționale de marketing (tradiționale)
<ul style="list-style-type: none"> • Materiale redactate; • Susținerea prezentărilor la conferințe sau discursuri, demonstrații sau vitrine; • Networking (stabilirea contactelor); • Menținerea relațiilor cu beneficiarii; • Înscrierea în organizații; • Predarea unui curs sau coordonarea unui seminar sau atelier; • Transmiterea salutărilor; • Trimiterea informațiilor; • Transmiterea felicitărilor; • Trimiterea sau oferirea de cadouri; • Acceptarea muncii voluntare; • Tricouri, mape și portofolii; • Întâlniri informale; • Apeluri telefonice; • Programe de apreciere a beneficiarilor; • Scrisori de prospectare; • Telemarketing; • Publicitate prin radio; • Obținerea recomandărilor; • Obținerea susținerii și aprecierii; • Răspuns la cereri de oferte; • Promovarea prin inscripționarea pe cartele, bilete etc. • Promovarea în Pagini aurii. 	<ul style="list-style-type: none"> • Scrisori directe; • Broșuri, fluturași și cataloage; • Buletine de știri; • Publicitate prin Internet: pagina de internet, trimiterea unui e-mail; • Publicarea unui buletin de știri electronic; • Publicitate prin medii tradiționale (reviste, ziare); • Pachete promoționale.

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Exemplu de design corporativ pentru FE KULTUR BIO SRL

În mediul de afaceri al firmelor de exercițiu există concurență și „a fi cineva” este echivalent cu a avea o identitate vizuală originală, clară și corect transpusă în materialele promoționale ale firmei de exercițiu. Lipsa unei investiții de timp și creativitate într-o latură aparent mai puțin importantă a promovării firmei de exercițiu, și anume dezvoltarea unei **identități vizuale (design corporativ sau Corporate Design)**, se va traduce cu siguranță, în viitor, în pierderi financiare deloc neglijabile, dar mai ales, în carențe la nivel de competențe profesionale în rândul angajaților firmei de exercițiu.

În acest proces important de găsire a unei identități vizuale, un **pachet de servicii complete de design corporativ pentru FE KULTUR BIO SRL** ar consta în:

1. Logo design (sigla și motto-ul FE KULTUR BIO SRL);
2. Design pentru materiale promoționale (cărți de vizită, foi personalizate cu antet, plicuri etc.);
3. Broșuri de prezentare, pliante, postere și orice alt tip de materiale promoționale tipărite;
4. Web design - site performant, reprezentativ pentru companie, incluzând un web shop sau magazin virtual;
5. Suport tehnic. Consultări anterioare, în timpul proiectului și după finalizarea proiectului.

Utilizând astfel de servicii de design corporativ complet, identitatea oricărei firme de exercițiu, la fel ca și identitatea FE KULTUR BIO SRL, va câștiga coerență, forță și perspective noi, îmbunătățite de exprimarea avantajelor produselor și serviciilor pe care le oferă clienților. O firmă de exercițiu care dorește să fie recunoscută „dintr-o mie”, trebuie să aibă identitate. Și nu una oarecare, ci una profesionistă.

Pentru aceasta, FE KULTUR BIO SRL realizează:

1. campanii de publicitate tradiționale sau online;
2. sondaje în rândul clienților;
3. un stil corporativ specific obiectului de activitate și produselor/serviciilor comercializate de FE KULTUR BIO SRL.

Publicitatea există pentru un simplu scop: creșterea vânzărilor pentru produsul/serviciul căruia i se face reclamă, printr-un program de marketing bine pus la punct. O **reclamă** care arată bine dar nu este integrată unui **program de marketing**, nu va avea succesul pe care ar trebui să îl aibă, și anume, să vândă produsul/serviciul mai bine.

Programele de marketing au oferit șansa FE KULTUR BIO SRL să descopere că:

- publicul țintă a început să treacă cu vederea un anumit produs din grupa „sucuri naturale de fructe” și că ar fi bine să se facă o campanie prin care să se reamintească consumatorilor de existența produsului;
- câteva produse din grupa „sucuri naturale de fructe” sunt văzute ca fiind învechite și necesită o schimbare de imagine;
- un anume produs din grupa „sucuri naturale de fructe” s-ar vinde mai bine dacă prețul ar fi mai mic.

Fiecare dintre aceste programe de marketing necesită o campanie adecvată de publicitate, de la o campanie ieftină prin intermediul unor **pliante colorate, broșuri, cărți de vizită, logo-uri** și tot ce implică **design corporativ** până la cea mai scumpă campanie televizată. Campania de publicitate prin intermediul televiziunii nu este neapărat mai bună decât campania cu pliante, doar pentru că este mai scumpă, ci pentru că are un grad mai mare de răspândire. Fiecare **program de marketing** necesită o reclamă potrivită pentru **misiunea sa**, pentru **mesajul și publicul său țintă**.

Programele de marketing se construiesc în funcție de acest **public țintă**: oamenii cărora le este vândut produsul. Baza unei campanii bune este reprezentată de înțelegerea a două elemente esențiale ale acestui public țintă: **cine sunt?** și **cum cumpără?** Majoritatea companiilor de marketing se vor baza pe o analiză foarte bine delimitată despre publicul țintă, public care poate fi împărțit pe categorii de vârstă, sex, educație, venituri, locație geografică, sectoarele de activitate etc.

Reclamele ajută programele de marketing prin influențarea datorită impresiunii unei părți bine definite **din publicul țintă**, parte denumită **audiență**.

O reclamă poate fi văzută, de exemplu, de milioane de oameni, din care nici unul nu face parte din publicul țintă. Astfel, audiența este zero, iar **eficiența ei este neglijabilă**. Alternativ, reclama poate fi văzută de un număr restrâns de potențiali cumpărători, care fac parte din publicul țintă, având o eficiență maximă, corespunzătoare mesajului.

C. Activitate practică

Denumire: Realizarea strategiei de promovare a firmei de exercițiu pe piața virtuală a firmelor de exercițiu

Mod de lucru: Pe departamente

Resurse:

- de timp: 50 minute;
- materiale: PC conectat la Internet, consumabile, imprimantă, fișe de lucru.

Sarcini de lucru:

- Stabiliți perioada de promovare;
- Stabiliți instrumentele de promovare și comunicare;
- Alegeți modalitățile de promovare și comunicare.

Recomandări: Țineți cont de faptul că procesul de comunicare este inima comerțului!

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare realizată de către profesorul coordonator.

5.6. Tehnici de negociere

A. Noțiuni teoretice

„... Negocierea are loc când cineva are un lucru pe care vi-l doriți și pentru care sunteți dispus să vă tocmiți – sau invers. Negocierile au loc zilnic: în familie, la piață și – aproape continuu – la locul de muncă.”
(T. Hindle).

Niciodată nu primești ceea ce meriți, primești ceea ce negociezi.

Angajații firmei de exercițiu, pentru a fi competitivi pe o piață limitată, trebuie să răspundă la întrebarea: **Cum trebuie să acționăm?**

Pasul I Răspundeți la întrebările:

- De ce informații avem nevoie, cine și cum le culege?
- Ce roluri va adopta fiecare?
- Care sunt obiectivele dumneavoastră?
- Care sunt obiectivele celorlalți?
- Ce variante de strategii puteți utiliza?
- Cum interveniți sau amânați?
- Confirmați telefonic sau în scris înțelegerea?

Pentru a primi ceea ce merită firma de exercițiu, secretul constă în a reuși să-l antrenezi pe partener într-un joc de-a „Hai să câștigăm împreună!”.

Pasul II Trebuie să cunoașteți:

Produsul

- Caracteristicile calitative și tehnice ale produselor similare;
- Marcajul, ambalarea și etichetarea produselor;
- Reglementări privind poluarea;
- Compararea ofertelor concurenței;
- Prețurile practicate și modalitățile de plată;
- Modalități de transport, tarife și rabaturi practicate.

Situația partenerului de negociere

- Cifra de afaceri, număr de angajați, valoarea capitalului social;
- Structura organizatorică, forma juridică;
- Persoanele care o controlează;
- Raporturile cu alte firme și concurența;
- Volumul vânzărilor și repartizarea pe clienți sau furnizori;
- Strategiile de marketing utilizate;

- Istoricul relațiilor reciproce;
- Solvabilitatea firmei de exercițiu;
- Ce poziție au în firmă persoanele cu care negociază;
- Particularități ale personalității.

Pasul III

Factorii care influențează alegerea tipului de strategie	
De cine depinde tipul de strategie pe care doriți să o folosiți?	<ul style="list-style-type: none"> • conjunctura de piață • personalitatea și moralitatea negociatorilor • de relațiile dintre părți
Când folosim strategii directe?	Sunteți puternic și aveți în față un adversar relativ mai slab
Când folosim strategii indirecte?	Când adversarul este mai puternic. Loviți adversarul în punctele sale cele mai slabe.
Când folosim strategii indirecte?	Doriți să obțineți avantaje, fără a face concesii în schimbul lor. Relațiile de afaceri nu sunt de lungă durată
Când folosim strategiile cooperative?	Dacă doriți să evitați conflictul deschis, refuzând folosirea mijloacele agresive de presiune Aveți în față un partener și nu un adversar Folosiți tactici de influență pozitivă, precum promisiunile, recomandările, concesiile și recompensele

Pasul IV

Aplicarea tehnicilor de negociere

Exemplu: se negociază în același timp, prețul și termenele de livrare

1. Tehnica pachetului sau „lași tu, las și eu”

Scop: găsirea unor soluții de ansamblu, obținute printr-un schimb de concesi

Avantaje: inducerea unui climat de cooperare, comportă rezultate favorabile pentru ambele părți, se realizează o mare economie de timp

Dezavantaje:

- majoritatea obiectivelor au o importanță egală pentru cele două părți;
- presupune buna credință a părților;
- evaluarea rezultatelor negocierii ca urmare a utilizării acestei tehnici poate fi înșelătoare;
- un acord poate părea avantajos, în ansamblul său, dar, în realitate, poate fi nesatisfăcător.

2. Tehnica celor patru trepte

- Prezențați la început treapta a patra, insistând asupra absurdității ei și arătând că aceasta nu este nici realistă, nici echitabilă.
- Aceasta are darul de a destabiliza psihologic partenerul, facilitând totodată argumentarea critică a treptei a treia.
- Prin contrast, se trece direct la treapta întâi, la care partenerul va adopta o poziție defensivă pentru ca, în final, să se propună treapta a doua ca ultim compromis.

Treapta a patra: Soluție inacceptabilă pentru sine și prezentată în mod caricatural, doar de formă;

Treapta a treia: Soluție nu foarte avantajoasă pentru sine, dar destul de avantajoasă pentru partener, care va fi adoptată doar în caz de repliere;

Treapta a doua: Soluție acceptabilă pentru sine și, probabil, și pentru partener;

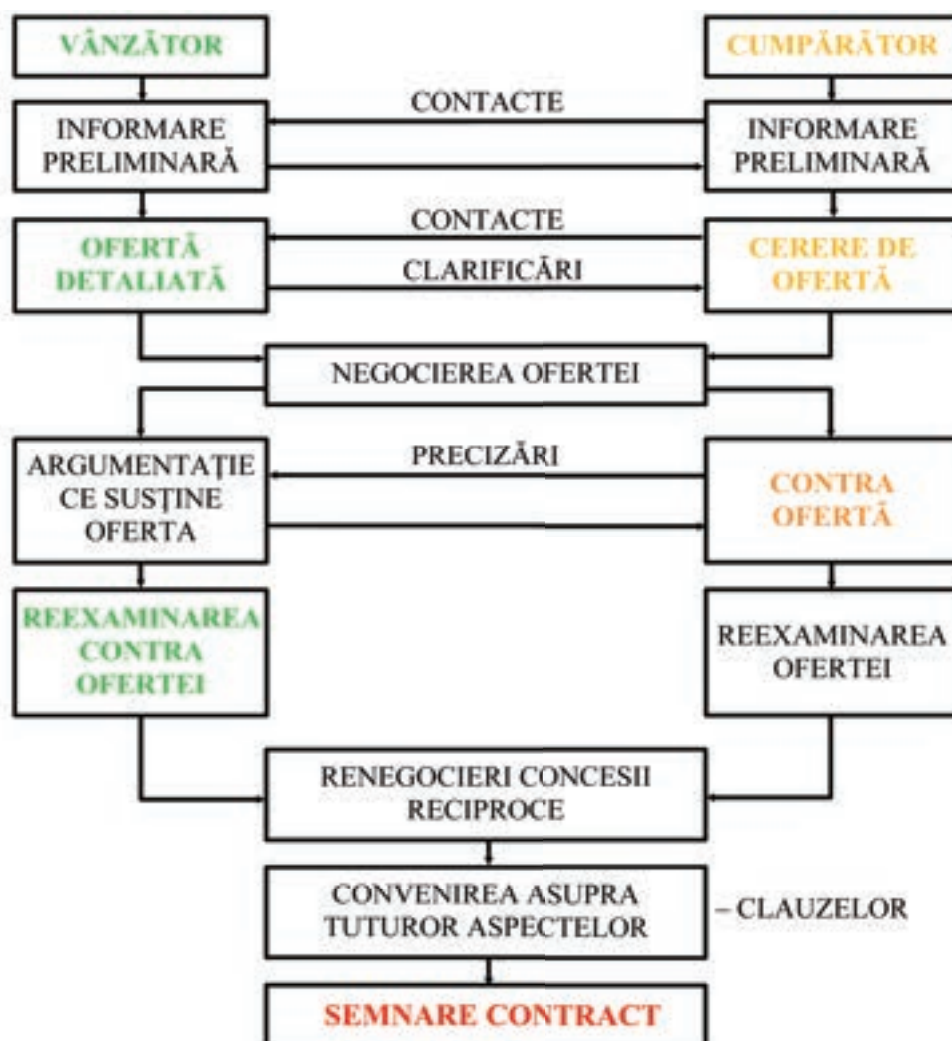
Treapta întâi: Soluție ideală pentru sine, dar dificil de admis pentru partener.

3. Tehnica învăluirii

- Sunteți negociatorul numit de profesorul coordonator al firmei de exercițiu și creați un climat de apropiere afectivă de partener, utilizând un ton cald, amical;
- Atitudinea partenerului va deveni cel puțin binevoitoare și, în consecință, este mai înclinat să facă o serie de concesi;

- Oferiți partenerului o ofertă care este întotdeauna „exclusivă”, iar pentru această ofertă el va pretinde că este foarte solicitat.

Schema desfășurării procesului negocierilor pentru semnarea contractului



4. Tehnica celor două fețe ale lui Ianus

- Numiți un negociator care declară, la începutul negocierii, că are o putere de decizie mai mică decât are în realitate;
- Scopul este de a obține un timp de gândire, a tergiversa un răspuns prea direct sau a-l pune pe client în situația de a renunța la unele concesi;
- Contracarea acestei tehnici se poate face dacă obțineți informații asupra puterii de decizie a interlocutorilor săi, înainte de așezarea la masa tratativelor.

5. Tehnica scoaterii din mână a Marelui Patron

- Negociați contractul, iar când acesta este perfectat, apare șeful uneia dintre părți, căruia întreaga echipă îi arată un respect deosebit;
- El citește contractul și schimbă clauzele care nu satisfac propriul interes;
- Senzația creată partenerilor este că nimeni nu se poate opune „Marelui Patron”, astfel că aceștia sunt nevoiți să accepte modificările aduse contractului de către el;
- Contracarea acestei tehnici este să se prevină cealaltă parte, de la început, că în cazul în care contractul perfectat va fi supus controlului de către funcționari superiori în ierarhia firmei, iar aceștia modifică diferitele clauze, atunci întregul contract va fi renegociat;
- Se poate insista ca factorul decizional să fie prezent la negociere încă de la început.

6. Tehnica ultimatumului

- Avansați propuneri care nu sunt negociabile, propuneri de a căror acceptare este condiționată continuarea negocierii;

7. Tehnica culpabilizării

- Implică destule riscuri, deoarece unul dintre parteneri acționează împotriva așteptărilor și chiar a intereselor celeilalte părți, fără să știe care va fi reacția acesteia.
- Stârniți simpatia unui partener mai vechi, invocând lipsurile cu care se confruntă firma voastră de exercițiu sau propriile slăbiciuni;
- Negociatorul nu își argumentează poziția în negociere, ci atrage atenția asupra necesităților sale;
- Negociatorul își învinovățește partenerul pentru o greșeală pe care acesta a comis-o, oricât de neînsemnată ar fi ea, exagerând „daunele” pe care i le-a provocat;
- Negociatorul speră să obțină de la partenerul său o serie de concesi;
- Tehnica poate fi contracarată prin convingerea că o vină care nu a fost demonstrată nu trebuie asumată.

8. Tehnica concesiei-limită

- Creați o falsă impresie cu privire la punctul vostru de rezistență;
- Partenerul face o concesi pe care o modifică treptat, până atinge o anumită limită pe care și-o propusese anterior;
- Este posibil ca, înainte de a atinge limita propusă, partenerul să accepte propunerea;
- Contracarea acestei tehnici reclamă examinarea motivelor care se află în spatele ofertei și nu a ofertei în sine.

B. Exemple de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Realizarea de tranzacții comerciale

Avem în vedere:

- Atragerea și păstrarea clienților FE;
- Obținerea de informații referitoare la clienții FE;
- Utilizarea tehnicilor de comunicare și ascultare activă în vederea negocierii contractelor cu alte FE.

Se prezintă tema discuției: „Încheierea contractelor de vânzare-cumpărare”, plecând de la existența ofertei firmei de exercițiu FE KULTUR BIO SRL:

- plecând de la oferta FE KULTUR BIO SRL, cumpărați 500 kg vișine. Se distribuie angajaților fișe de lucru cu întrebări care trebuie să fie reformulate și care necesită folosirea tehnicii combaterii prețurilor concurenților;
- se distribuie sarcini diferite fiecărei echipe de lucru, unii angajați sunt cumpărători, alții sunt vânzători;
- angajații care au calitatea de vânzători nu trebuie să vândă la prețul stabilit în oferta inițială decât în cazul în care se dorește o cantitate mai mare de 500 kg;
- angajații rezolvă împreună sarcina dată;
- se încheie contractul de vânzare-cumpărare și fiecare echipă va desemna un reprezentant care prezintă condițiile inițiale primite și condițiile încheierii contractelor în urma negocierii.

Se acordă feedback din partea unui reprezentant al fiecărui grup constituit:

- Foarte potrivită pentru grupuri care lucrează împreună pe o perioadă mai lungă;
- Stimulează cooperarea în cadrul unui grup și motivația intrinsecă;
- Stimulează utilizarea tehnicilor de comunicare și negociere învățate.

C. Activitate practică

Denumire: Pregătirea negocierii

Mod de lucru: Individual, fiecare salariat participant la negociere trebuie să-și pregătească planul de negociere

Resurse:

- de timp: 30 minute;
- materiale: PC conectat la Internet, hârtie A4, markere, imprimantă.

Sarcini de lucru: Realizați un plan de negociere ținând cont de pașii prezentați.

Recomandări:

- Realizarea unui plan de afaceri;
- Participarea la târguri ale firmelor de exercițiu;
- Realizarea de contracte pentru evaluarea „Marca de Calitate”;

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Numărul firmei de exercițiu _____

Numele și prenumele elevului _____

Data _____

Criterii de evaluare	Foarte bine 5 p.	Bine 3 p.	Satisfăcător 1 p.	Punctaj/ criteriu
Analiza situației înainte de negociere				
Opțiunile sau alternativele prevăzute în planul negocierii				
Obiectivele stabilite pentru discuțiile cu partenerii de afaceri				
Concesiile prevăzute, soluții imaginate				
Strategia și tactica aleasă pentru negociere				
Pregătirea discuțiilor pentru rundele de negociere				
Stabilirea rolurilor pentru runda de negociere				
Pregătirea materialelor				
TOTAL				

5.7. Elaborarea web site-ului firmei de exercițiu

A. Noțiuni teoretice

Marketingul în era digitală - Motivație pentru adaptarea activităților de marketing din firma de exercițiu

Internetul, globalizarea și hiperconcurența influențează semnificativ situația piețelor, schimbând modul în care se fac afacerile. Philip Kotler spune că marketingul n-a ținut pasul cu piețele. În prezent, **clienții sunt puțini**, nu produsele, iar marketingul clasic trebuie disecat, redefinit și lărgit, în așa fel încât să reflecte noua realitate. **Marketingul în era digitală** prezintă imperativul categoric al transformării marketingului pe baza unei noi paradigme, pe care autorii o numesc **marketing holistic - un concept dinamic, derivat din legăturile și interacțiunile care au loc între companii, clienți și colaboratorii lor**.

Noua paradigmă **combină** ceea ce are mai bun **marketingul tradițional cu noile posibilități pe care le oferă tehnologia digitală** pentru a ajuta companiile:

- să identifice posibilitățile de înnoire a piețelor proprii;
- să creeze în mod eficient ofertele cele mai promițătoare;
- să ofere produse, servicii și experiențe care corespund cerințelor fiecărui client;
- să se situeze constant la cel mai înalt nivel de calitate a produselor, servicii și operativitate.

Volumul marketingului în era digitală demonstrează cum poate fi creat un **model de marketing complet**, adaptat la provocările și ocaziile oferite de o lume al cărei **rege este clientul, internetul** devenind un mediu care influențează tot mai des **și activitatea și performanțele firmelor reale din România**. Relevanța, **targetarea** (instrument de marketing care se referă la segmentarea sau stabilirea corectă a publicului țintă), costurile de media accesibile, optimizarea în timp real sunt **avantaje** greu de obținut într-o **campanie de publicitate clasică**. Întrucât **consumatorii români** au început să caute informații și **să ia decizii online** pentru multe categorii de produse și servicii, **utilizarea uneltelor de marketing online** a devenit **obligatorie în procesul de achiziție**. Așadar, în economia reală a României ultimilor ani, firmele care **integrează Internetul în campaniile și inițiativele lor**, devin câștigătoare în cursa pentru a satisface un consumator tot mai pretențios.

Având în vedere aceste **tendențe specifice marketingului globalizat actual**, este necesară **adaptarea și actualizarea activităților din departamentul de marketing și în firmele de exercițiu**. Firmele de exercițiu care își vor depăși competitorii prin tacticile și acțiunile potrivite, reușind să ajungă cât mai aproape de audiența lor, se vor impune pe piața firmelor de exercițiu, fiind recunoscute cu **premiu și aprecieri** prin participarea atât la **competițiile Business Plan**, cât și la **târgurile locale, regionale, naționale și internaționale** ale firmelor de exercițiu. În mod implicit, angajații acestor firme de exercițiu își vor dezvolta competențe antreprenoriale în pas cu era digitală.

Unelte de marketing online

Potrivit Comisiei Europene, **comerțul electronic** include vânzarea electronică (inclusiv vânzarea electronică cu amănuntul), în timp ce, conform specialiștilor din comerț, într-o accepțiune largită, **vânzarea electronică înseamnă comerț electronic**, care înregistrează două componente:

- **comerțul electronic tradițional** (vânzarea prin videotext, teleshoping, mediu offline etc.);
- **comerțul electronic prin Internet.**

Sintetiza acestor definiții, conduce la definirea **comerțului electronic (e-commerce)** ca fiind „distribuție, marketing, vânzarea sau livrarea de mărfuri și servicii prin mijloace electronice”. Prin mijloace electronice pot fi comercializate atât mărfuri, cât și servicii, în orice cantități, atât persoanelor fizice, cât și celor juridice. Aceasta înseamnă că, deși s-a dezvoltat ca o formă a comerțului fără magazine, comerțul electronic (tradițional și prin Internet) reprezintă o formă a circulației mărfurilor, respectiv, ansamblul de activități și relații organizate și desfășurate de unități implicate în vânzarea produselor sau serviciilor către consumatorii intermediari sau finali.

Soluțiile e-commerce manifestă în prezent o diversitate remarcabilă. Evoluția acestora a fost paralelă cu cea a categoriilor de public cărora li se adresează, fiind influențată în special de specificul produselor oferite. Având în vedere faptul că **specific firmelor de exercițiu** este să comercializeze **produse „virtuale”**, mediul virtual și **comerțul electronic prin Internet** este nu doar cel mai adecvat, ci și unicul tip de comerț posibil de practicat într-o firmă de exercițiu.

Principalele unelte de marketing online recomandate a fi utilizate și în firma de exercițiu sunt următoarele:

- **Media Internet** – bannere, texte de publicitate, instrumente media interactive etc.;
- **Internet PR – publishing:** știri, articole propriu-zise, reclame, comunicate de presă, buletine informative, RSS feed; comunitate internet: forum, blog, liste de discuții etc.;
- Expunerea link-ului web site-ului firmei de exercițiu în motoare de căutare, directoare, portaluri, parteneriate, alte website-uri etc.;
- **Web site-ul** firmei de exercițiu însuși.



Tot ceea ce se face în marketingul online trebuie să ducă la accesarea unei „surse”. Web site-ul care se ocupă de prezentarea informațiilor, produselor, serviciilor, conceptului, propriei persoane etc. trebuie să știe „cum să se comporte”. Trebuie să fie „îmbrăcat frumos, să știe să zâmbească”, să comunice și să spună „mai reveniți”. Site-ul web este singurul angajat al firmei de exercițiu care lucrează la partea de marketing online 24 de ore din 24. El are în dotare multe instrumente de marketing care se construiesc în timp (nu trebuie uitată importanța creativității agenților de producție web): newsletter, RSS, jocuri interactive, software divers, baze de date, analize, statistici.

Uneltele de marketing online sunt instrumente folosite în **procesele de branding**, creșterea vânzărilor, obținerea de noi contracte și parteneriate. Un **brand** este „asocierea automată, puternică și persistentă dintre un produs sau serviciu (cu toate atributele aferente) oferite de o **firmă de exercițiu** și un concept sau o experiență unică, în mintea clienților acesteia”.

În era multimedia, garanția unui produs este reprezentată de numele **brand-ului** mai degrabă decât de recomandările unui **agent de vânzări**. Nevoia de încredere, valoare și transparență a brandului, printre alte trenduri de anul trecut, sunt la fel de importante și acum. (Trendul este tendința fundamentală - evoluția de lungă durată a unui fenomen economic, independent de fluctuațiile ocazionale care îl influențează pe o perioadă scurtă de timp). Însă **schimbarea curentă** către **geotargeting, marketing prin intermediul mobilului și managementul reputației online** obligă firmele mici să-și modifice planurile (de afaceri) pentru a-și depăși competitorii. Acest aspect este valabil inclusiv în cadrul firmelor de exercițiu.

Geotargeting reprezintă **metoda de marketing prin internet** prin care se distribuie informații specifice în funcție de zona geografică a unui utilizator, după determinarea poziției fizice a utilizatorului de Internet (în funcție de adresa IP (Internet protocol) sau de firma furnizoare de Internet, cu ajutorul unui software de geolocație. Zona geografică poate să fie țara, regiunea, continentul, orașul sau ceva foarte specific. Avantajul major al acestei forme de marketing prin internet, geotargeting, este că se adresează unei categorii restrânse de persoane, cu potențial de a fi interesate de o afacere din punct de vedere geografic, eficientizând astfel costurile de publicitate.

Concluzie – Cine face marketingul online?

Marketing online se face în toate acțiunile întreprinse pe Internet de societatea de comerț online sau firma de exercițiu, angajații săi, admiratorii și dușmanii acesteia. Lângă aceștia mai pot veni, cu expertiza pe acțiuni specifice, consultanți, agenți, designeri, advertiseri, voluntari. Locul acestora este dat de mărimea efortului financiar sau de sponsorizările pe care fiecare firmă de exercițiu și le poate permite.

Întrucât comerțul online se desfășoară pe Internet, specialiștii au identificat următoarele **riscuri ale cumpărăturilor efectuate online:**

- **Phishing** – tentativa de obținere frauduloasă de informații confidențiale, precum parole de acces sau nume de utilizator;
- **Spyware** – aplicații instalate clandestin pe un computer pentru a controla activitatea acestuia, fără acordul utilizatorului;
- **Key loggers** – aplicații menite să înregistreze tastele apăsată de utilizator și folosirea acestora pentru obținerea de parole și coduri de criptare;
- **Spargerea bazelor de date** ce conțin informații confidențiale;
- **Existența paginilor nesecurizate** predispuse atacurilor de **hacking**.

Pentru reducerea riscurilor aferente cumpărăturilor online, specialiștii ePayment recomandă protecția datelor existente pe cardul cu care se fac plățile online, protecție care se poate realiza astfel:

- Verificarea identității comerciantului (verificarea companiei care deține site-ul pe www.rotld.ro);
- Verificarea elementelor de securitate din pagina de plată;
- Confidențialitatea informațiilor cu privire la cardul de plată;
- Folosirea de aplicații **antispayware** și **anti-phishing**;
- Verificarea extrasului de cont la sfârșitul lunii.

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Crearea unui web site al firmei de exercițiu FE KULTUR BIO SRL

Etapa 1: Planificare

Se planifică următoarelor elemente:

- structura de foldere și fișiere legate între ele printr-o bară de hyperlink-uri (hyperlegături) și a conținutul informațional cuprins în aceste pagini;
- structura imaginilor, a elementelor interactive inserate, care ar trebui să păstreze legătura cu specificul produselor sau al serviciilor firmei de exercițiu și să ușureze familiarizarea utilizatorilor cu acestea. Aceste elemente interactive pot fi soluții standard – prezentări animate, tururi virtuale, configuratoare de produse, animații interactive – sau soluții neconvenționale, derivate din alte elemente cu care vizitatorii sunt deja familiarizați – jocuri flash, concursuri de recunoaștere a anumitor elemente, teste/quiz-uri cu recompense, review (analiză, verificare, control) al produselor.

Etapa 2: Machetare

Etapa 3: Programare

Etapa 4: Publicarea online a site-ului pentru a fi accesibil tuturor vizitatorilor implică parcurgerea următorilor pași:

- 4.1. Găzduire;
- 4.2. Transfer;
- 4.3. Verificare;
- 4.4. Întreținere.

Etapa 5: Promovare a web site-ului prin următoarele metode:

- 5.1. Motoare de căutare;
- 5.2. Directoare;
- 5.3. Marketing prin email;
- 5.4. Newsgroup;
- 5.5. Schimb de banere;
- 5.6. Schimb de legături;
- 5.7. Fișiere semnătură;
- 5.8. Autoresponder;
- 5.9. Premii;
- 5.10. Promovare offline.

Etapa 6: Mentenanță, actualizare și îmbunătățire a web site-ului pe măsură ce se asimilează noi tehnici și procedee folosite în web design (javascript, java, CSS, flash etc.).

După cum spunea Bill Gates (patronul Microsoft): „Înainte de a face un lucru perfect, realizează ceva perfectibil.”/„Before doing something perfect, do it perfectible”. În procesul de creare a unui site web avem în vedere dezvoltarea acestuia pe termen lung, astfel încât să aducă beneficii continue afacerii virtuale din firma de exercițiu.

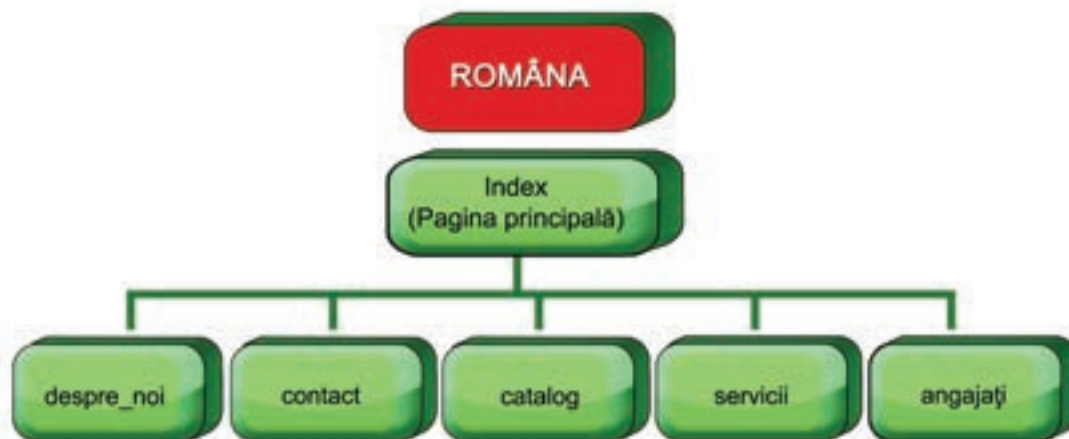
1. IMPORTANT pentru etapa 1 de planificare a structurii de foldere și fișiere!

Pentru comunicare și creșterea numărului de tranzacții cu firme de exercițiu din Europa și din lume, recomandăm ca un web site al unei firme de exercițiu să fie cel puțin bilingv, conținând, pe lângă versiunea în limba română, a doua și/sau a treia versiune în limba engleză și/ sau germană. Prin urmare, în funcție de numărul de versiuni al unui web site, se vor crea două/trei foldere (numite „Romana”, „Engleza” și „Germana”) cu structură de fișiere identice, dar având conținutul informațional editat în limbi diferite.

Prima pagină/pagina de pornire/Home page-ul/pagina principală a unui web site, versiunea în limba română este editată obligatoriu în fișierul cu numele „index”.

Structura generală de fișiere a web site-ului FE KULTUR BIO SRL va fi următoarea:

Folderul pentru versiunea în limba română va avea următoarea structură:



Folderul pentru versiunea în limba engleză va avea următoarea structură:



Folderul pentru versiunea în limba germană va avea următoarea structură:



Structură și conținut Home Page

Pagina principală a unui web site este numită Home Page. Această pagină se deschide automat când se intră pe un web site după ce s-a tipărit adresa lui în bara de adrese și s-a tastat „Enter”.

Pe bara de hyperlink-uri a unei firme de exercițiu, există un buton numit Home care întotdeauna realizează **legătura/ link-ul** către prima pagină într-un web site (adică fișierul index). Când se dă click pe butonul Home va apărea Home Page-ul aceluși web site.

Indiferent cine realizează web site-ul firmei de exercițiu și indiferent că este un web site mai simplu sau un web shop complex, este necesară respectarea următoarelor **recomandări pentru conținutul primei pagini de întâmpinare a web site-ului** (adică fișierul index).

Includeți în pagina de întâmpinare (fișierul index) următoarele elemente:

- Denumirea firmei de exercițiu și precizarea obiectului ei de activitate;
- Denumirea școlii și a localității în care funcționează firma de exercițiu împreună cu un hyperlink către site-ul școlii;
- Descrierea succintă a conceptului de firmă de exercițiu împreună cu hyperlink-uri utile celor ce doresc informații complete despre rețeaua firmelor de exercițiu (www.roct.ro, www.k-education.at, www.edu.ro).
- Butoane către minimum două versiuni (în limba națională și limba engleză) ale web site-ului firmei de exercițiu cu hyperlink-uri către home page-ul în limba precizată pe textul butonului.

Persoanele care doresc să cumpere online sunt, de cele mai multe ori, grăbite.

Ajutați-le să cumpere rapid și vor reveni! De aceea, pentru web shop-urile cu un număr mare de produse și pagini, **motorul de căutare** este cu adevărat util de postat în mod vizibil și relevant, fie la începutul, fie la sfârșitul fiecărei pagini. Este suficient să introduceți cuvintele cheie în căsuța corespunzătoare motorului de căutare și acesta va returna paginile cu produsul de interes pentru cumpărător.

Utilizați prima pagină pentru a ghida utilizatorul către **oferțele cu grad ridicat de atractivitate**. Acesta este lucrul pe care cumpărătorii vor să îl vadă la intrarea în magazinul virtual. **Oferțele speciale** de prima pagină pot fi clasificate în cinci mari categorii:

- Oferte de promovare a unei categorii de produse;
- Oferte de promovare a unui produs revoluționar;
- Oferte-promoții;
- Oferțele de tip cross-selling (la cumpărarea unui produs se poate sugera unul complementar);
- Ofertă numită „Promoția Lunii”, care trebuie actualizată lunar și este abordată ca fiind Promoția specială a lunii curente;
- Oferțele de tip up-selling (la cumpărarea unui produs, clientul poate fi tentat cu un upgrade – o îmbunătățire – la un preț atractiv, generând o vânzare mai mare.



Este foarte importantă găsirea unui echilibru grafic între cele cinci categorii de oferte!

Cromatică site-ului trebuie bine aleasă pentru a reflecta identitatea brand-ului.

Spre exemplu, pentru **FE KULTUR BIO** s-au ales culorile verde și galben (verdele este pentru europeni culoarea naturii care renaște, este simbol de speranță și viață nouă, este o culoare sacră pentru egipteni, reprezentând speranța și bucuria primăverii, stimulează activitatea cerebrală, percepția informațiilor și o gândire coerentă și precisă; galbenul reflectă ideea de monedă și comerț înfloritor protejat de căldura solară).

Layout lichid - Un layout lichid, care se întinde pe 100% din lățimea ferestrei de browser oferă satisfacția unei parcurgeri lejere a informației.

Link-urile vizitate trebuie diferențiate de cele nevizitate. Vizitatorii care parcurg site-ul vor elimina timpii morți și vor observa ușor paginile deja vizitate.

Design-ul vizual creează senzația de interacțiune. Formatarea excesivă pe elemente esențiale (precum navigarea) poate duce la confuzie și poate încetini sau stopa interacțiunea utilizator.

Nu este recomandată aglomerarea paginii pentru promovarea altor site-uri. Chiar dacă aduce profit sau vizitatori, aceasta practică reduce din focalizarea pe produsele proprii și dispersează atenția potențialului client.

5.8. Elaborare de magazine virtuale (Web shops)

A. Noțiuni teoretice

Ce este un magazin virtual sau web shop al firmelor de exercițiu?

În mod practic, un **magazin virtual sau electronic (e-magazin sau magazin online sau web shop)** al unei firme de exercițiu este un **web site complex de e-commerce** (comerț electronic) prin intermediul căruia angajații firmelor de exercițiu din **comunitatea e-learning** efectuează tranzacții online cu **produse virtuale**.

Site-ul firmelor de exercițiu din România, realizat de o firmă specializată în strategii de promovare online și web design este un rezultat al proiectului POSDRU – “Formarea cadrelor didactice din învățământul profesional și tehnic, profil servicii, pentru extinderea metodei moderne interactive de învățare firma de exercițiu”. El poate fi accesat la adresa web www.roct.ro, unde sunt postate informații complete despre toate activitățile și rezultatele proiectului.

Web shop-ul firmelor de exercițiu din România are mai multe **caracteristici** absolut necesare pentru utilizatorii de Internet, angajați ai firmelor de exercițiu. Astfel, el include următoarele sisteme:

- Un sistem de **preluare a informațiilor** despre firmele de exercițiu active în rețeaua firmelor de exercițiu, ce funcționează prin introducerea următoarelor informații într-un formular activ existent în cadrul web shop-ului:
 - denumire firmă de exercițiu, denumire instituție în care funcționează respectiva firmă de exercițiu, adresa firmei de exercițiu, fiind aceeași cu a instituției în care ea funcționează;
 - cod fiscal, număr de înregistrare la Registrul comerțului;
 - telefon, fax și e-mail al firmei de exercițiu;
 - adresa web a site-ului firmei de exercițiu (dacă există);
 - nume și prenume profesor coordonator al firmei de exercițiu, telefon și adresă de e-mail a coordonatorului;
- Un sistem de **introducere a informațiilor despre produsele sau serviciile oferite** de fiecare dintre firmele de exercițiu active pe piață, incluzând: cod produs, denumire produs, imagine produs, cantitate și preț în lei/ euro fără TVA și cu TVA;
- Un **sistem de preluare și transmitere a datelor** personale ale cumpărătorului, pentru a putea fi contactat de către vânzător;
- Un **sistem de plată** prin care vânzătorul să-și poată încasa banii de la clientul „virtual”.

Aceste caracteristici de bază reprezintă doar „vitrina” magazinului electronic al firmelor de exercițiu din România sau partea vizibilă a acestuia. În plus, magazinul electronic sau web shop-ul include, în mod uzual, un **sistem de administrare invizibil** pentru vizitatorii obișnuiți.

Administrarea magazinului electronic al firmelor de exercițiu este realizată de un specialist numit din personalul ROCT. Prin intermediul administratorului web shop-ului se realizează următoarele operații:

- introducerea în baza de date a datelor de contact și a informațiilor despre firmele de exercițiu;
- validarea informațiilor despre firmele de exercițiu după ce firmele de exercițiu s-au înscris pe web shop cu datele de contact și produse oferite sau serviciile prestate;
- validarea informațiilor despre produse;
- evidența comenzilor, a conturilor cumpărătorilor înregistrați;
- urmărirea statisticilor despre produsele cele mai căutate;
- transmiterea de mesaje de promovare menite să informeze clienții web shop-ului despre ofertele curente.

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Cum se creează un magazin virtual sau un web shop pentru o firmă de exercițiu?

Decizia de deschidere a unui magazin electronic, indiferent că este vorba despre un web shop al tuturor firmelor de exercițiu din România sau despre un web shop al unei singure firme de exercițiu dintr-o comunitate e-learning, trebuie să se bazeze pe stabilirea unor obiective. Pentru stabilirea acestor obiective va trebui să clarificați răspunsul la următoarele întrebări:

1. De ce doriți să deschideți un magazin electronic/web shop pentru firma de exercițiu?

Exemple:

- pentru creșterea vânzărilor/tranzacțiilor efectuate între firmele de exercițiu;
- pentru creșterea vizibilității firmei de exercițiu;
- pentru promovarea unor game de produse/servicii oferite prin firma de exercițiu;
- pentru reducerea costurilor cu vânzările etc.

2. Ce așteptări aveți de la un magazin electronic/web shop pentru firma de exercițiu?

Exemple:

- să crească vânzările între firmele de exercițiu din zone geografice unde comunicarea între firmele de exercițiu este mai scăzută;
- să producă un volum de vânzări de X RON în următoarele 6 luni;
- să ajute la crearea unei baze de date cu persoane interesate de produsele firmelor de exercițiu;
- să scadă cu y% costurile legate de transmiterea ofertelor etc.

3. Cum se va corela această activitate cu celelalte eforturi de promovare și vânzare ale firmelor exercițiu?

Ce alte activități de promovare și susținere a vânzărilor între firmele de exercițiu există în prezent, cum se poate folosi web shop-ul pentru a susține aceste activități și obiectivele acestora, cum se pot folosi aceste activități pentru a susține web shop-ul și atingerea obiectivelor determinate mai sus.

4. Ce buget și resurse alocați?

Fără o investiție nu se poate obține nimic. Fie că este vorba de timp, imaginație, creativitate sau bani, o investiție este absolut necesară. Analizați obiectivele și stabiliți ce investiție va fi necesară pentru realizarea acestora. (Exemplu, dacă doriți să aveți vânzări virtuale de 10 000 RON/lună atunci trebuie să luați în calcul cât timp/câți oameni trebuie să se implice pentru realizarea contractelor cadru, a tranzacțiilor și pentru onorarea comenzilor; cât veți investi în promovare etc.).

Un **magazin online al unei firme de exercițiu** este o afacere care funcționează asemeni unei afaceri clasice, cu avantaje și riscuri similare.

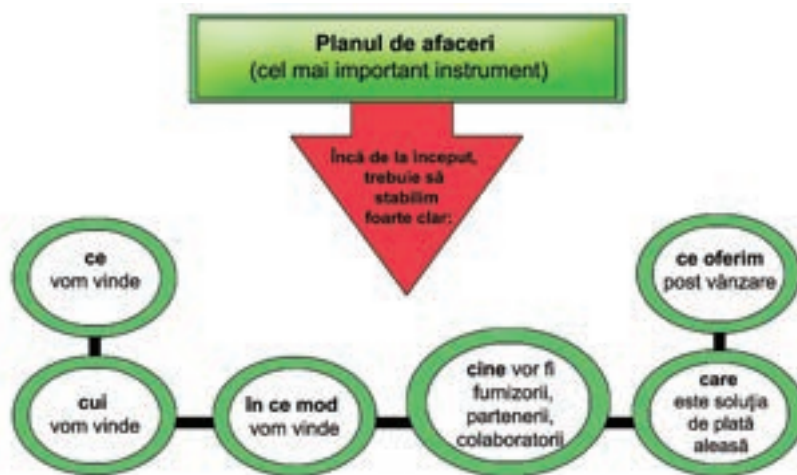
Pentru a înțelege etapele care trebuie urmate în construirea magazinului online al firmei de exercițiu, se recomandă parcurgerea pașilor de mai jos:

1. Stabilirea clară a **profilul magazinului** răspunzând la următoarele întrebări:

- Ce game de produse/servicii intenționați să vindeți prin intermediul acestuia?
- Care sunt principalii jucători ai pieței pe care se dorește să se intre?
- Ce caracteristici ale afacerii lor îi recomandă?
- Prin ce nume vă diferențiați față de concurenți?

2. Realizarea **planului de afaceri**. În cadrul acestuia este esențial să nu omiteți:

- definirea obiectivelor de business;
- caracterizarea potențialilor clienți;
- alegerea soluției tehnice optime;
- organizarea logistică;
- proiectarea strategiilor de marketing;
- identificarea resurselor financiare, materiale și umane necesare.



Așteptările de la magazinul virtual sau web shop-ul și rezultatele așteptate trebuie definite de la început printr-un plan bine pus la punct.

Planul de afaceri este cel mai important instrument. Încă de la început, trebuie să stabilim foarte clar:

- **ce** vom vinde;
- **cui** vom vinde;
- **în ce mod** vom vinde;
- **cine** vor fi furnizorii, partenerii, colaboratorii;
- **care** este soluția de plată aleasă;
- etc.

Soluția tehnică pentru realizarea magazinului trebuie, de asemenea, aleasă cu grijă. Este foarte important să se stabilească responsabil **cine** și **prin ce modalități** va crea magazinul virtual. Având în vedere dimensiunile societății informaționale și a cunoașterii, trebuie luate în considerare și posibilitățile de achiziționare, integrare și utilizare a programelor de **CRM** (Customer Relationship Management/Managementul relațiilor cu clienții), a aplicațiilor de gestiune a stocurilor și de contabilitate, a procesatorilor de plăți online sau a altor programe specifice.

O soluție simplă de construcție și întreținere a unui web shop pentru o firmă de exercițiu, se numește *Joomla*, și este utilizată în mai multe firme de exercițiu din Europa și din lume! Joomla este, de asemenea, un OpenSource (disponibil gratis în toată lumea), fiind simultan un CMS (Content Management System/sistem de administrare a conținutului unui site). La adresa <http://www.webcms.ro/> există o serie de tutoriale în limba română despre ce înseamnă Joomla, explicate pe înțelesul începătorilor.

Pentru crearea de magazine online există o soluție românească gratuită de genul software-lui **OpenSource OSCommerce**. La adresa <http://roshop.ablog.ro> există mai multe tutoriale în limba română care să vă ghideze în etapele de instalare și execuție a lui OSCommerce pentru crearea unui web shop al firmei voastre de exercițiu.

Personalizarea magazinului online al firmei de exercițiu cu design-ul potrivit, popularea cu produse și lansarea acestuia.

Stabilirea logisticii și a organizării activității magazinului online al firmei de exercițiu

Logistica unui magazin de comerț electronic nu diferă semnificativ de cea a unui magazin fizic. Pentru o organizare cât mai eficientă a magazinului online trebuie să se țină cont de câteva aspecte, precum:

- definirea procedurilor de administrare a informațiilor de pe site;
- identificarea furnizorilor și gestiunea permanentă a stocurilor pe site;
- organizarea procesului de pregătire și livrare a comenzilor;
- asigurarea service-lui;
- comunicarea eficientă cu clienții.

Cumpărătorii online au la îndemână uneltele prin care să răspândească informații despre profesionalismul unei firme de exercițiu. De aceea, o atenție deosebită trebuie acordată felului în care o firmă de exercițiu își organizează activitatea.

Informarea cu privire la **cadrul legal** în care funcționează magazinul online este esențială, deoarece există drepturi ale clienților care, dacă nu sunt respectate, duc la pierderi financiare.



Un site bun și organizat într-un mod eficient nu asigură neapărat și vânzări. Serviciile ireproșabile ale magazinului sunt irelevante dacă oamenii nu știu de existența lui. De aceea, un plan de marketing online bine gândit este singura soluție pentru ca afacerea online să aibă succes.

Una dintre cele mai importante **metode de promovare în mediul online** o constituie **SEM (Search Engine Marketing)**, care va aduce potențiali cumpărători prin intermediul motoarelor de căutare.

Piața comerțului electronic este foarte dinamică. Pe această piață, orientarea către clienți reprezintă în continuare un trend de succes. Ca atare, trebuie investit periodic în magazinul online al firmei de exercițiu, atât pentru **re-design**, cât și pentru implementarea de **noi funcționalități**.



Dincolo de schimbările datorate dezvoltării afacerii, web shop-ul firmei de exercițiu trebuie să respecte permanent trei principii: să aibă un design curat și îngrijit, să poată fi ușor de accesat și folosit de către utilizatori și să nu prezinte erori de funcționare.

C. Activitate practică

După înregistrarea pe site-ul www.roct.ro, la secțiunea „**Contul meu**”, adăugați produsele/serviciile firmei.

Sugestii metodice

Se pot utiliza tehnicile de creativitate din *Ghidul metodologic* de la capitolul „Instrumente”.

Se poate utiliza Fișa metodică de pe CD:

- *5_FM_Tehnici_de_negociere*.

Glosar de termeni

Advertising: publicitate, formă de comunicare utilizată pentru a convinge un public (spectatori, cititori sau ascultători), care urmărește modificarea comportamentului consumatorului cu privire la o ofertă comercială (politică sau ideologică) cu scopul creșterii vânzărilor (atragerii de voturi sau adepți).

Advertorial(ă): un hibrid între publicitate și jurnalism întâlnit mai ales în reviste. Clientul plătește echipa editorială să scrie un articol care prezintă produsul în stilul acelei reviste, în speranța de a induce asupra acelui produs/serviciu valorile revistei.

Analiza SWOT: o tehnică prin care se pot identifica punctele tari și slabe și se pot examina oportunitățile și amenințările unui proiect, ale unei acțiuni sau ale unei persoane și poate fi utilizat

ca element de realizare a bilanțului în firma de exercițiu. SWOT vine din limba engleză de la inițialele cuvintelor Strengths (puncte tari), Weaknesses (puncte slabe), Opportunities (oportunități) și Threats (amenințări).

Blog: o pagină pe internet construită pe o platformă gratuită, cu un format standard (împărțită în header/antet, footer/subsol, conținut și unul sau două sidebar-uri în partea dreaptă), pe care informațiile (numite postări) sunt afișate în ordine invers cronologică, în general întreținută și scrisă de o singură persoană. Un blog poate include cea mai largă gamă de informații, de la știri de actualitate și de interes general, până la pasiunile autorului sau bârfe și opinii pe marginea subiectelor actuale. Pe un blog, vizitatorii pot interacționa extrem de simplu prin comentarii.

Broadcasting – radiodifuziune: o metodă de a transfera un mesaj pentru toți destinatarii simultan. Poate fi o operațiune de rețea cu nivel scăzut, de exemplu, radiodifuziune pe Ethernet (șir de standarde pentru cablare și semnalizare electrică, aparținând primelor două niveluri din modelul de referință OSI – nivelul fizic și legătură de date). Modelul de Referință OSI (OSI este un acronim pentru interconectarea sistemelor deschise, engleză Open Systems Interconnection), pe scurt: OSI, este o structură de comunicare ierarhică foarte des folosită pentru a realiza o rețea de calculatoare. OSI este un standard al Organizației internaționale de standardizare, emis în 1984.

Calitate: măsură în care un ansamblu de caracteristici intrinseci îndeplinește cerințele. Calitatea este abilitatea unui ansamblu de caracteristici intrinseci ale unui produs, sistem sau proces de a îndeplini cerințele ale clientului sau ale altor părți interesate.

Concurență: confruntare deschisă, rivalitatea dintre agenții economici, vânzători, ofertanți pentru a atrage de partea lor clientela. Totodată, concurența exprimă comportamentul specific interesat a tuturor subiecților de proprietate, comportament care se realizează în mod diferit în funcție de mediul concurențial și particularitățile diferitelor piețe.

Feed web: un flux web de documente (adesea de tip XML – Extensible Markup Language) care include link-uri web de la sursă la conținut. Ele aduc beneficii cititorilor online care doresc să se aboneze la actualizări în timp util de la diferite site-uri web.

Forum: o comunitate de oameni care discută online probleme de zi cu zi sau probleme specifice legate de Internet sau de orice domeniu științific, filosofic, religios etc. Forumul este un loc în care poți să afli răspunsuri la întrebările care te frământă, fiind totodată și un mijloc de realizare a schimbului de experiențe, dar și un mod de promovare și diseminare a muncii și activităților desfășurate. Forumul este un loc în care poți să cunoști oameni care au aceleași pasiuni ca și tine, un loc în care ideile tale pot căpăta contur, o școală gratuită în care poți fi profesor și elev în același timp.

Hacker: pasionat al informaticii care se ocupă în special cu „spargerea” codurilor unor sisteme informatice.

Internet community (Comunitate virtual): rețea socială a persoanelor care interacționează prin intermediul mass-mediei specifice. În scopul de a urmări interese reciproce, o comunitate virtuală trece potențial granițele geografice și politice. Unul dintre cele mai răspândite tipuri de comunități virtuale sunt serviciile de rețele sociale, care constau din diverse comunități online care interacționează pe tema unei pasiuni comune. Un beneficiu potențial pentru persoanele dintr-o comunitate virtuală, precum și pentru societate în general, ar fi starea de bunăstare psihologică conferită de apartenența la un astfel de grup, utilizatorii interacționând prin intermediul panourilor de mesaje, camerelor de chat, site-urilor de rețele sociale sau lumilor virtuale. Tehnologiile incluse sunt: Usenet, MUD-uri (Multi-User Dungeon) și derivații acestora MUSHes și Moos, Internet Relay Chat (IRC), camere de chat și liste electronice de discuții.

Internet PR: Relații publice prin Internet, domeniu de publicitate prin Internet preocupat de menținerea unei imagini publice pentru întreprinderi, organizații non-profit sau persoane de tipul celebrităților și politicienilor. În practica relațiilor publice sunt utilizate următoarele instrumente tradiționale de PR: comunicate de presă, broșuri, buletine informative și rapoarte anuale, scrisori către editor (pentru publicații on-line), redacții on-line, interviuri, emisiuni de radio pe Internet. Firmele de exercițiu care ar trebui să fie tot mai interactive, pot utiliza instrumente mass-media sociale, cum

ar fi Blogurile și Social media/Rețele sociale (Twitter, Facebook, LinkedIn etc.) ca instrumente în campaniile de relații publice. Spre deosebire de instrumentele tradiționale, care permit doar o cale de comunicare unidirecțională, mass-media socială permite organizației să primească un feedback imediat de la părțile interesate.

Link: (sau hyperlink, hyper-legătură sau link Web), construcția hypertext de bază care realizează o conexiune de la o resursă Web la alta. Un link are două capete, numite ancore și o direcție. Link-ul începe de la ancora „sursă” și arată către ancora „destinație”, care poate fi orice resursă Web (de exemplu, o imagine, un clip video, o secvență audio, un program, un document HTML, un element dintr-un document HTML etc.).

Marcă: semn susceptibil de reprezentare grafică, servind la deosebirea produselor sau serviciilor unei firme de exercițiu. Pot constitui mărci, semne distinctive, cum ar fi: cuvinte, inclusiv nume de persoane, desene, litere, cifre, elemente figurative, forme tridimensionale și, în special, forma produsului și a ambalajului său, combinații de culori, precum și orice combinație a acestor semne.

Marketing: procesul de planificare și execuție a concepției, stabilirii prețului, promovării și distribuției de bunuri, servicii, idei, în vederea creării de schimburi care satisfac obiectivele organizaționale.

Mix de marketing: ansamblul de instrumente tactice de marketing controlabile pe care firma le combină cu scopul de a produce pe piața țintă reacția dorită.

Motor de căutare: este un program apelabil căutător, care accesează Internetul în mod automat și frecvent și care stochează titlul, cuvinte cheie și, parțial, chiar conținutul paginilor web într-o bază de date. În momentul în care un utilizator apelează la un motor de căutare pentru a găsi o informație, o anumită frază sau un cuvânt, motorul de căutare se va uita în această bază de date și, în funcție de anumite criterii de prioritate, va crea și afișa o listă de rezultate (engleză: hit list).

Newsletter/buletin informativ: distribuit în mod regulat, o publicație, în general, cu informații despre un subiect principal de interes pentru abonații ei. Ziarele și pliantele sunt tipuri de newsletter. Buletinele informative livrate electronic prin e-mail (e-newsletter) au câștigat popularitate în raport cu buletinele informative imprimate livrate prin poșta tradițională. Buletinele informative sunt oferite în școli pentru a informa părinții despre lucrurile care se petrec într-o școală.

Alte buletine informative sunt publicate de către cluburi, biserici, societăți, asociații, întreprinderi care doresc să furnizeze informații de interes pentru membrii, clienții sau angajații lor. Buletinele informative pot fi împărțite în două tipuri distincte: imprimate pe hârtie și în formate digitale, care sunt de obicei distribuite prin Internet.

Formatele digitale variază de la formatul simplu, text, până la alte formate extrem de designabile cum este Portable Document Format (PDF) și HTML (Hyper Text Markup Language). Utilizarea de formate cu atribute specifice web 2.0, cum ar fi formatele video și sunet au devenit un standard pe piață în toată lumea.

Planificarea strategică: Proces managerial de concepere și păstrare a unei relații viabile de corespondență între obiectivele, abilitățile, resursele firmei și ocaziile pe care le are pe piață.

Plasare: desemnează mai întâi conținutul și mecanismul acțiunilor economice care acoperă spațiul și timpul dintre producție și consum, adică „traseele” fluxurilor reale și monetare, ansamblul operațiunilor, lanțul proceselor operative și aparatul tehnic pe care-l presupune deplasarea mărfurilor, până ce ele ajung în sfera consumației.

Distribuția nu se limitează la rolul de intermediar pasiv, ci își asumă rolul de exponent al preocupărilor acestora, informându-i și influențându-i, sporind astfel șansele realizării bunurilor și satisfacerii nevoilor de consum.

Politică de marketing: ansamblu unitar și coerent de: strategii, tactici și programe specifice de acțiune, care-i asigură firmei de exercițiu viziunea, pentru o anumită perioadă de timp și transpunerea în practică a orientărilor generale, a opțiunilor și a elementelor ce le definesc.

Portal web: un site care funcționează ca un punct de acces la informații din World Wide Web. Un portal prezintă informații din diverse surse într-un mod unificat. În afară de caracteristica standard de căutare, portalurile web oferă alte servicii, cum ar fi: e-mail, știri, prețurile de stoc, informații, baze de date și de divertisment.

Portalurile oferă întreprinderilor proceduri de acces pentru aplicații de baze de date multiple. Exemple de portaluri web publice sunt: AOL, Excite, iGoogle, MSN, Netvibes și Yahoo!

Preț: Sumă de bani pe care trebuie să o plătească cumpărătorul pentru achiziționarea unui produs sau pentru un serviciu. Preț cu amănuntul = preț la care se vând către populație bunurile de consum, alimentare și nealimentare. Preț de livrare = preț la nivelul căruia circulă produsele între unitățile producătoare. Preț de producție = preț care înglobează costul produsului și beneficiul. Preț al pieței = preț care se formează pe piață în urma fluctuației cererii și ofertei. Preț mondial = preț al unei mărfi pe piața mondială.

Produs: Bun material rezultat dintr-un proces de muncă; totalitatea obiectelor sau a bunurilor obținute în procesul de producție; Rezultat material al unui proces social sau natural, al unui proces fiziologic sau de creație.

Program de marketing: instrumentul prin care se asigură coordonarea eforturilor întreprinderii, de a utiliza cu maximă eficiență resursele de care dispune în vederea obținerii unor rezultate cât mai bune, prin mărirea eficacității cercetărilor de piață, simultan cu amplificarea rentabilității și a satisfacerii nevoilor de consum ale membrilor societății. El reflectă nivelul la care dorește să ajungă întreprinderea, dar și modalitățile de atingere a acestuia, într-o anumită perioadă de timp.

Promovare: ansamblu de acțiuni și mijloace de informare și atragere a cumpărătorilor potențiali către punctele de vânzare, în vederea satisfacerii nevoilor și dorințelor acestora și implicit a creșterii eficienței economice a activității firmei de exercițiu

RSS feed - RSS (RDF Site Summary, deseori numit Really Simple Syndication) este o familie de feed-uri web (fluxuri de documente) utilizate pentru a publica lucrări frecvent actualizate, cum ar fi intrări blog, titluri de știri audio și video într-un format standardizat. Un document RSS include text integral sau rezumat, plus metadate, cum ar fi datele de publicare și de autor.

Segmentare: procesul de împărțire a clienților existenți sau potențiali dintr-o piață în mai multe grupuri sau segmente diferite, în cadrul cărora se manifestă solicitări sau nevoi similare, care pot fi satisfăcute de un management performant.

Strategie: ansamblul obiectivelor concrete care trebuie îndeplinite într-o perioadă de timp, a mijloacelor și metodelor prin care acestea se transpun în practică, exprimând tendințele și exigențele ce se impun pentru atingerea performanțelor stabilite, a căror nivel se măsoară cu ajutorul unor indicatori economici, cum ar fi: volumul activității, cota de piață, profit etc.

Streaming: multimedia, sistem sau mediu de livrare a informației (de exemplu, radio, televiziune prin Internet). Non-streaming (de exemplu, cărți, casete video, audio, CD-uri).

Tehnici de negociere: procedee, metode utilizate de negociatori în abordarea procesului de negociere. Spre deosebire de strategie care dă o anumită viziune generală asupra situației și procesului, având rolul să orienteze demersurile și comportamentele părților, tehnicile se referă la proceduri de lucru în desfășurarea interacțiunii. De asemenea, spre deosebire de strategie, au un caracter contextual mai precis, de metodă de rezolvare a unei anumite sarcini.

Web 2.0: termen asociat cu aplicații web care facilitează schimbul participativ de informații, interoperabilitatea și colaborarea pe World Wide Web. Un site Web 2.0 permite utilizatorilor să interacționeze și să colaboreze unii cu alții într-un dialog media social ca și creatori (prosumers) de conținut generat de utilizator într-o comunitate virtuală, spre deosebire de site-urile/tehnologiile web tradiționale în care utilizatorii (consumatorii) se limitează la vizionarea pasivă a conținutului care a fost creat pentru ei. Exemple de Web 2.0 includ site-uri de rețele sociale, bloguri, wiki-uri, site-uri video sharing, servicii găzduite, aplicații web, mashups și folksonomy.

World Wide Web: abreviat WWW sau și www, numit scurt și web, care în engleză înseamnă „rețea mondială”, respectiv „rețea”, este un sistem de documente și informații de tip hipertext legate între ele, care pot fi accesate prin rețeaua mondială de Internet. Documentele, care sunt stocate în diferite locații pe diverse calculatoare-server, pot fi regăsite cu ajutorul unui URL (Uniform Resource Locator) univoc. Hipertextul este prelucrat cu un ajutorul unui program de navigare în web numit browser care descarcă paginile web de pe un server web și le afișează pe un terminal „client” la utilizator.

Bibliografie

1. Balaure, Virgil (coord.) – *Marketing*, București, Editura Uranus, 2000.
2. Kotler, Philip – *Managementul marketingului*, București, Editura Teora, ediția a V-a, 2008.
3. Kotler, Philip; Armstrong, G. – *Principiile marketingului*, București, Editura Teora, 2008.
4. McCarter, Jim; Mabin, Salerno Jacqui – *Microsoft Office Publisher 2007 For Dummies*, Indianapolis, Indiana, Wiley Publishing, 2007.
5. Pop, N. Al., (coord.); Andronov, E.D.; Kouzmanova, M.; Lefter, C-tin; Schmengler, H.J. – *Marketing strategic*, București, Editura Economică, 2000.

Surse online

- <http://www.scribube.com/management/marketing/Marketingul-comertului-online75123322.php>
- http://www.afaceri.net/e-commerce/magazine_online/creare.htm





Departamentul comercial și procesele aferente

Motto: „Ceea ce nu știi mă va costa o mulțime de bani, ceea ce știi îmi va aduce o avere.”

Motivație Oricând, oriunde și cu oricine am interacționa suntem puși în postura de a vinde ceva, un produs sau serviciu care să aducă beneficii sau rezultate directe, imediate, în scopul atingerii obiectivelor firmei. Departamentul comercial asigură bunurile și serviciile necesare derulării activității și comercializarea de mărfuri sau servicii.

Competențe și obiective

COMPETENȚE DIN FIRMA DE EXERCIȚIU	COMPETENȚE SPECIALIZATE
<ul style="list-style-type: none"> • Desfășoară tranzacții pe piața internă și internațională a firmelor de exercițiu 	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptează strategiile de marketing în funcție de cerințele pieței • Analizează competitivitatea firmei în mediul de afaceri • Tranzacționează oferta firmei în funcție de cerințele pieței
OBIECTIVE PEDAGOGICE	OBIECTIVE ECONOMICE
<ul style="list-style-type: none"> • Să dezvolte și să perfecționeze competențe personale (flexibilitate, disponibilitatea de a învăța, spirit critic, creativitate, inițiativă) • Să dezvolte și să perfecționeze competențe sociale (capacitatea de interacțiune, de rezolvare a conflictelor, spirit de echipă, responsabilitate, leadership) 	<ul style="list-style-type: none"> • Să dezvolte și să perfecționeze competențe personale (flexibilitate, disponibilitatea de a învăța, spirit critic, creativitate, inițiativă) • Să dezvolte și să perfecționeze competențe sociale (capacitatea de interacțiune, de rezolvare a conflictelor, spirit de echipă, responsabilitate, leadership)

- Conținuturi
tematice:**
- 6.1.** Atribuțiile departamentului comercial
 - 6.2.** Descrierea procesului de achiziție
 - 6.3.** Descrierea achizițiilor pentru personalul din firma de exercițiu
 - 6.4.** Descrierea procesului de desfacere
 - 6.5.** Documente utilizate în procesele de achiziție și vânzare
 - 6.6.** Procesul de import-export

6.1. Atribuțiile departamentului comercial

A. Noțiuni teoretice

Departamentul comercial în cadrul firmei de exercițiu asigură:

- achiziția de bunuri și servicii;
- desfacerea de bunuri și servicii.

1. Angajații departamentului comercial desfășoară următoarele activități cu privire la achizițiile de bunuri și servicii:

- Stabilesc necesarul de aprovizionare;
- Redactează cererile de oferte;
- Creează lista furnizorilor;
- Solicită oferte;
- Compară și selectează ofertele furnizorilor;
- Întocmesc comenzi și le înregistrează în registrul comenzilor;
- Primesc facturile de la furnizori și întocmesc notele de recepție;
- Controlează livrările furnizorilor;
- Transmit facturile de achiziție la contabilitate pentru înregistrare;
- Întocmesc centralizatorul achizițiilor;
- Țin evidența stocurilor cantitativ cu ajutorul fișelor de magazie.

2. Desfacerea de bunuri și servicii presupune desfășurarea următoarelor activități de către angajații departamentului comercial:

- Răspund la cererile de oferte;
- Elaborează oferte;
- Procesează ofertele primite și verifică existența stocurilor;
- Emit facturi pentru vânzare;
- Transmit facturile la contabilitate pentru înregistrare;
- Întocmesc lista clienților;
- Întocmesc situația vânzărilor.

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Oferta KULTUR BIO SRL (selecție)

20N **Oferta KULTUR BIO**

Nihil sine BIO !

Ofertă valabilă din 1 martie 20N până la 31 mai 20N

În istorie, mărul a fost asociat cu bogăția, fertilitatea, cunoașterea sau păcatul. Dincolo de valorile sale metaforice, mărul rămâne însă o veritabilă oază de sănătate.

Mere Golden Delicios

	Preț net	Preț brut	Preț mai mic
Mere Jonathan	1,54 lei	1,80 lei	Preț mai mic
Mere Ardelean	1,61 lei	2,00 lei	Preț mai mic

* preț/ kg






C. Activitate practică

Denumire: Întocmirea listei furnizorilor, centralizatorului achizițiilor, listei clienților și centralizatorului vânzărilor

Mod de lucru: Pe grupe; o grupă va întocmi lista furnizorilor și centralizatorul achizițiilor, o altă grupă va întocmi lista clienților și centralizatorul vânzărilor.

Resurse:

- de timp: 30 minute;
- materiale: PC conectat la internet, coli A4, imprimantă.

Sarcini de lucru:

- Identificați firmele de exercițiu ofertante, furnizori potențiali și întocmiți lista acestora (firme de exercițiu de la care ați achiziționat bunuri sau servicii);
- Întocmiți centralizatorul achizițiilor;

- Stabiliți corespondențe între lista furnizorilor efectivi și lista furnizorilor potențiali și analizați datele;
- Identificați firmele de exercițiu care au solicitat oferte, cărora li s-au trimis oferte, clienții potențiali și întocmiți lista clienților (firme de exercițiu care au achiziționat bunuri sau servicii);
- Întocmiți centralizatorul vânzărilor;
- Stabiliți corespondențe între lista clienților efectivi și lista clienților potențiali (aproape toate firmele din rețeaua firmelor de exercițiu din țară și străinătate) și analizați datele.

Recomandări: Utilizarea documentelor din departamentul comercial privind achizițiile și vânzările. Documentare pe internet privind rețeaua firmelor de exercițiu.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Nume și prenume angajat al FE: _____

Nr. crt.	Criterii	Nesatisfăcător (<5)	Satisfăcător (5-6)	Bine (7-8)	Foarte bine (9-10)
1	Completarea listei furnizorilor	Majoritatea câmpurilor rămase necomplete	5-6 câmpuri rămase necomplete	3-4 câmpuri rămase necomplete	Toate câmpurile completate
2	Completarea centralizatorului achizițiilor	Erori grave	3-4 omisiuni	1-2 omisiuni	Fișă realizată corect
3	Stabilirea legăturii dintre furnizori și achizițiile efectuate	Greșeli care denaturează mesajul	3-4 greșeli care nu denaturează mesajul	1-2 greșeli care nu denaturează mesajul	Limbaj profesional fără greșeli de exprimare

6.2. Descrierea procesului de achiziție

A. Noțiuni teoretice

Activitatea de achiziție

Firmele de exercițiu, la fel ca întreprinderile reale, desfășoară activitate de comerț, prestări de servicii etc. Pentru desfășurarea activității este necesară achiziția de: stocuri pentru consum și/sau pentru a fi revândute în aceeași stare, de imobilizări, precum și de servicii de transport, asigurări etc.

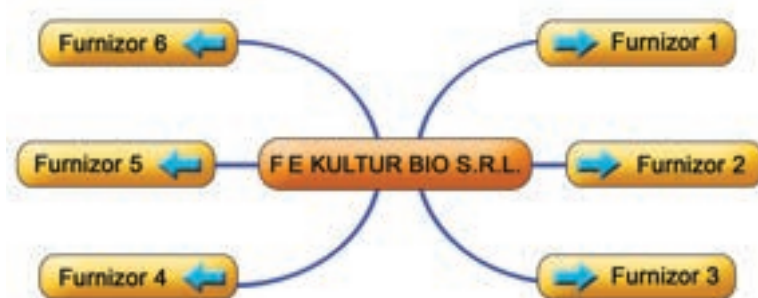
Achizițiile de bunuri și servicii se fac de la firmele de exercițiu în calitate de furnizori sau de la ROCT. Centrala deține această calitate în situația în care firma de exercițiu care desfășoară activitate comercială nu are în rețeaua firmelor de exercițiu un furnizor pentru bunurile solicitate.

Activitatea de achiziții impune găsirea în rețeaua firmelor de exercițiu din țară și din străinătate a acelor firme (furnizori) care să furnizeze bunurile sau serviciile necesare. Este foarte important să alegem furnizorii care să conducă firma de exercițiu la atingerea obiectivelor prin cel mai bun raport calitate/preț. Din această cauză se impune o selecție atentă a furnizorilor.



Selecția furnizorilor se face ținând seama de: calitatea produselor/serviciilor oferite, nivelul prețurilor, termenul de livrare al bunurilor/serviciilor, termenul de plată, oferirea de servicii suplimentare, garanții acordate la cumpărare etc.

Selecția furnizorilor firmei de exercițiu



Criterii de evaluare și selecție a furnizorilor

a. criterii de calitate:

- existența unui sistem de asigurare a calității;
- calitatea bunului la recepție, comportarea în timpul exploataării.

b. criteriu de cost:

- prețul produsului, raportul calitate/preț;
- distanța (costul transportului).

c. criteriile de colaborare anterioare:

- respectarea termenelor de livrare;
- respectarea cantității comandate și livrate.



Selecția furnizorilor prin compararea ofertelor impune identificarea unui set de criterii de evaluare și determinarea importanței acestora pentru furnizor. Se determină pentru fiecare ofertă:

- un punctaj pentru fiecare criteriu;
- un total.



Criteriile de evaluare a ofertelor sunt: calitatea produselor, nivelul prețurilor, termenul de livrare, perioada de garanție, termenul de plată, experiența ofertantului.

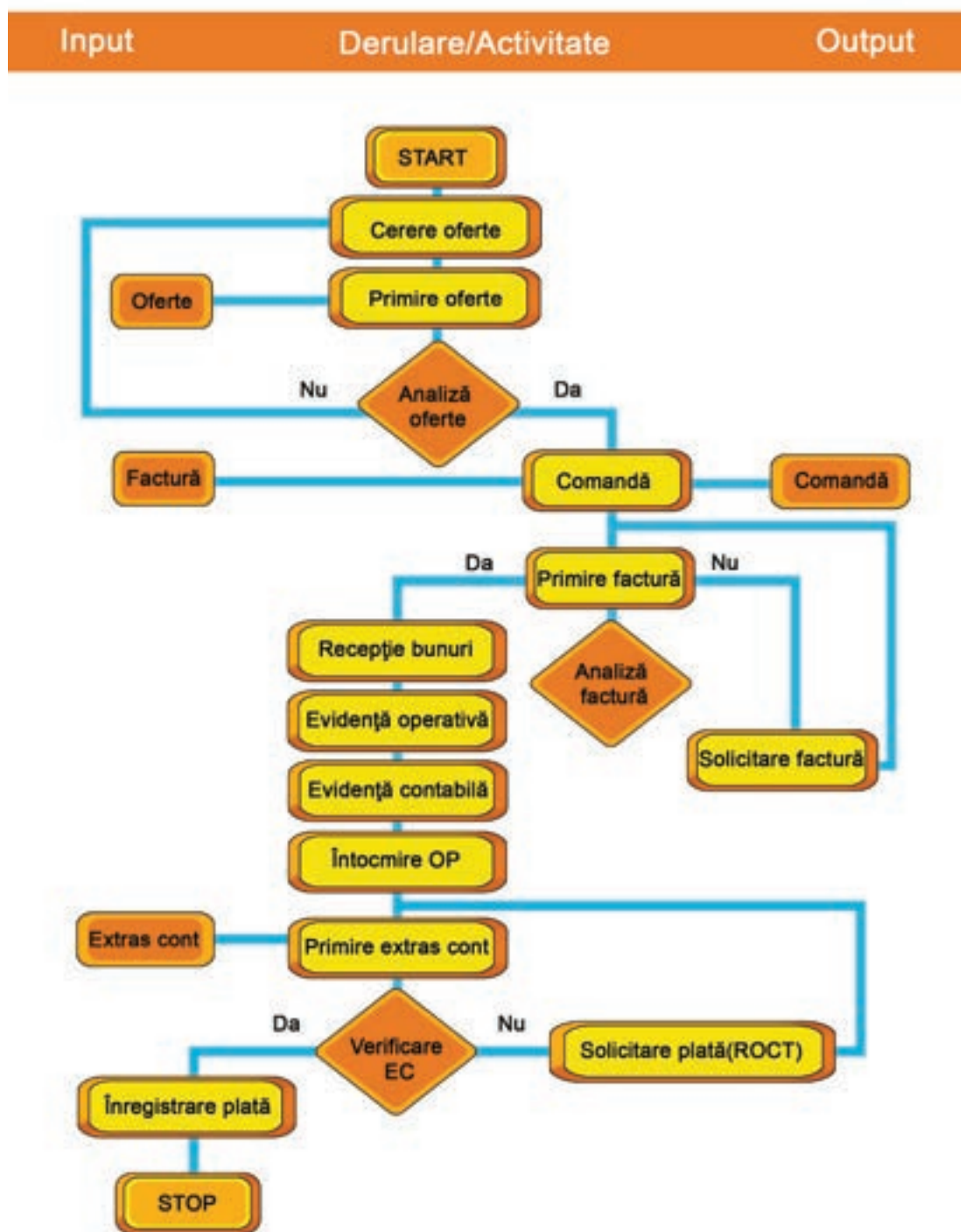
Criterii de evaluare	Pondere Importanța Criteriului (IC)	Punctaj maxim	Punctaj calculat			Punctaj ponderat		
			Oferta 1 Furnizorul 1	Oferta 2 Furnizorul 2	Oferta 3 Furnizorul 3	Oferta 1	Oferta 2	Oferta 3
Prețul ofertei	60%	100	20\$/100 p	30\$/66 p	40\$/50 p	60 (100x 60%)	40 (66x 60%)	30 (50x 60%)
Propunerea tehnica	40%	100	30 p	90 p	100 p	12 (30x 40%)	36 (90x 40%)	40 (100x 40%)
Experiența ofertantului			2 ani 0 p	5 ani 40 p	15 ani 40 p			
Calitatea serviciilor oferite			1 stea 20 p	2 stele 40 p	2 stele 40 p			
Structura serviciului oferit			Un serviciu suplimentar 10 p	Un serviciu suplimentar 10 p	Mai multe servicii suplimentare 20 p			
TOTAL	100%					72	76	70

Notă IC - importanța criteriului
1, 2, ..., n – furnizori

$$\text{Punctaj} = \frac{\sum_{i=1}^n p_i \cdot f_i}{100}$$

unde: p_i – punctajul criteriului i ; f_i – ponderea criteriului i

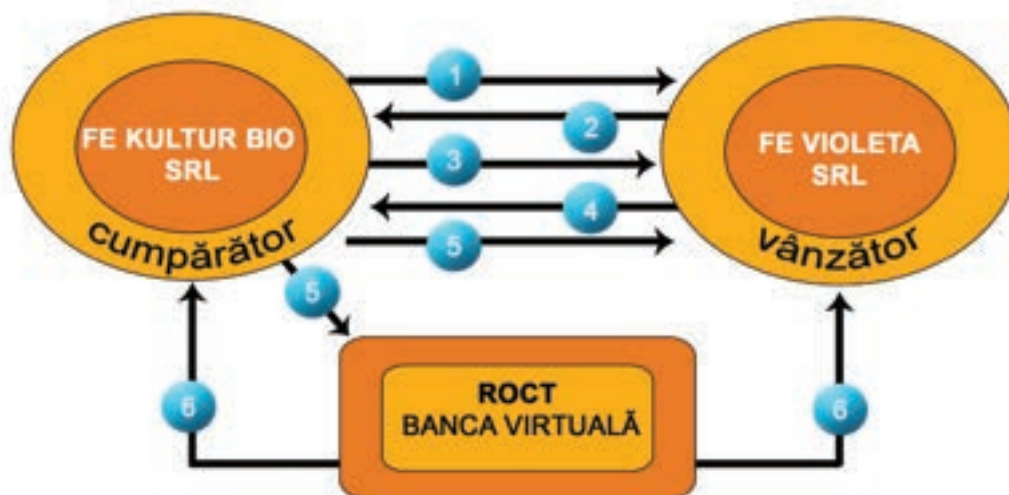
Procesul de
achiziții



B. Exemplu de bună practică

Exemplu fluxuri informaționale privind achizițiile între firmele de exercițiu și banca ROCT

Fluxul documentelor între FE KULTUR BIO SRL și FE VIOLETA SRL



Legendă

1. Solicitare ofertă
2. Primire ofertă
3. Comandă
4. Factură fiscală
5. Ordin de plată
6. Extras de cont

C. Activitate practică

Denumire:

Compararea a două oferte

Mod de lucru:

Pe grupe

Resurse:

- de timp: 40 minute;
- materiale: cartonașe colorate, markere, foi de flipchart pentru raportare, două oferte de produse, lista furnizorilor, chestionare de evaluare a furnizorilor.

Sarcini de lucru:

- Alegeți o metodă de comparare și stabiliți criteriile de evaluare;
- Comparați cele două oferte primite conform criteriilor date;
- Motivați alegerea făcută.
- Desemnați, pentru fiecare grup, un reprezentant, pentru raportare folosind flipchart-ul.

Se recomandă ca selecția furnizorilor prin compararea ofertelor să se facă întotdeauna când se face o achiziție.

Instrumente de evaluare:

Fișă de evaluare

Nume și prenume angajat al FE: _____

Departament: _____

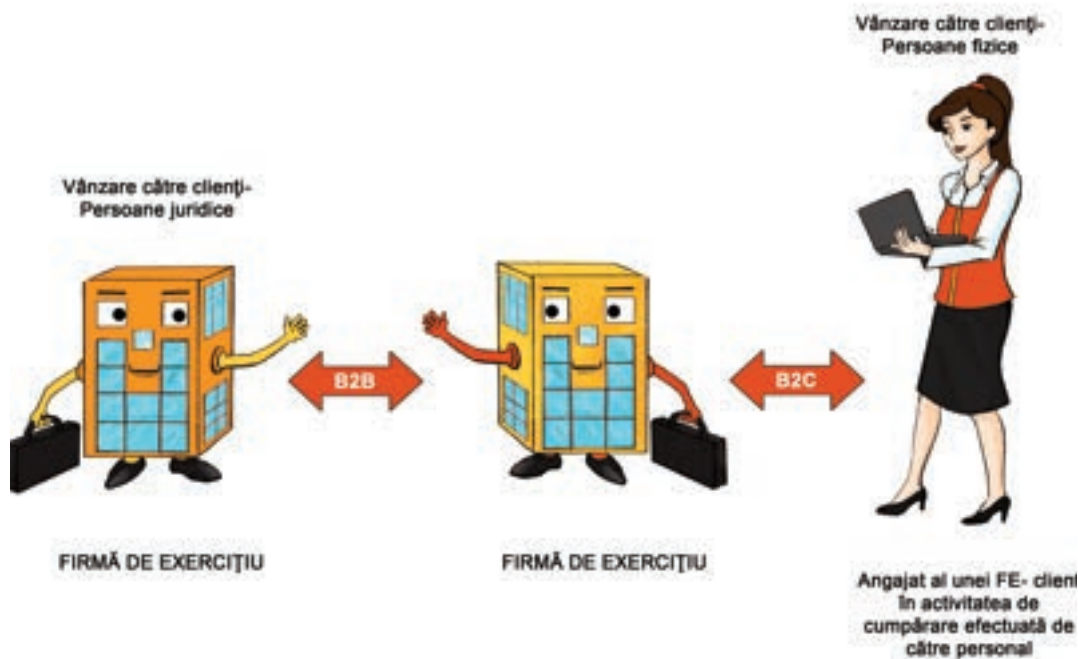
Nr. crt.	Criterii	Nesatisfăcător (<5)	Satisfăcător (5-6)	Bine (7-8)	Foarte bine (9-10)
1	Identificarea criteriilor de importanță	Majoritatea câmpurilor rămase necomplete	3 câmpuri rămase necomplete	2 câmpuri rămase necomplete	Toate câmpurile complete
2	Determinarea punctelor pe criterii/furnizori	Erori grave	3-4 omisiuni	1-2 omisiuni	Fișă realizată corect
3	Corectitudinea prezentării informațiilor	Greșeli care denaturează mesajul	3-4 greșeli care nu denaturează mesajul	1-2 greșeli care nu denaturează mesajul	Limbaj profesional fără greșeli de exprimare

6.3. Descrierea achizițiilor pentru personalul din firma de exercițiu

A. Noțiuni teoretice

Existența firmelor de exercițiu cu obiect de activitate care prezintă interes în mod special pentru persoanele fizice (de exemplu: comerț cu parfumuri, bijuterii, confecții, flori, vinuri, organizare de petreceri etc.) conduce la necesitatea efectuării de achiziții pentru personalul din firmele de exercițiu în scopul **creșterii numărului de tranzacții și al stimulării situațiilor de exercare în FE.**

Procesul de **achiziții pentru personal** - proces prin intermediul căruia salariații FE cumpără mărfuri de pe piața firmelor virtuale. Vânzările și cumpărările, deși se realizează virtual, impun relaționarea firmei de exercițiu fie cu alte firme de exercițiu (B to B), fie cu angajații acestora (B to C).



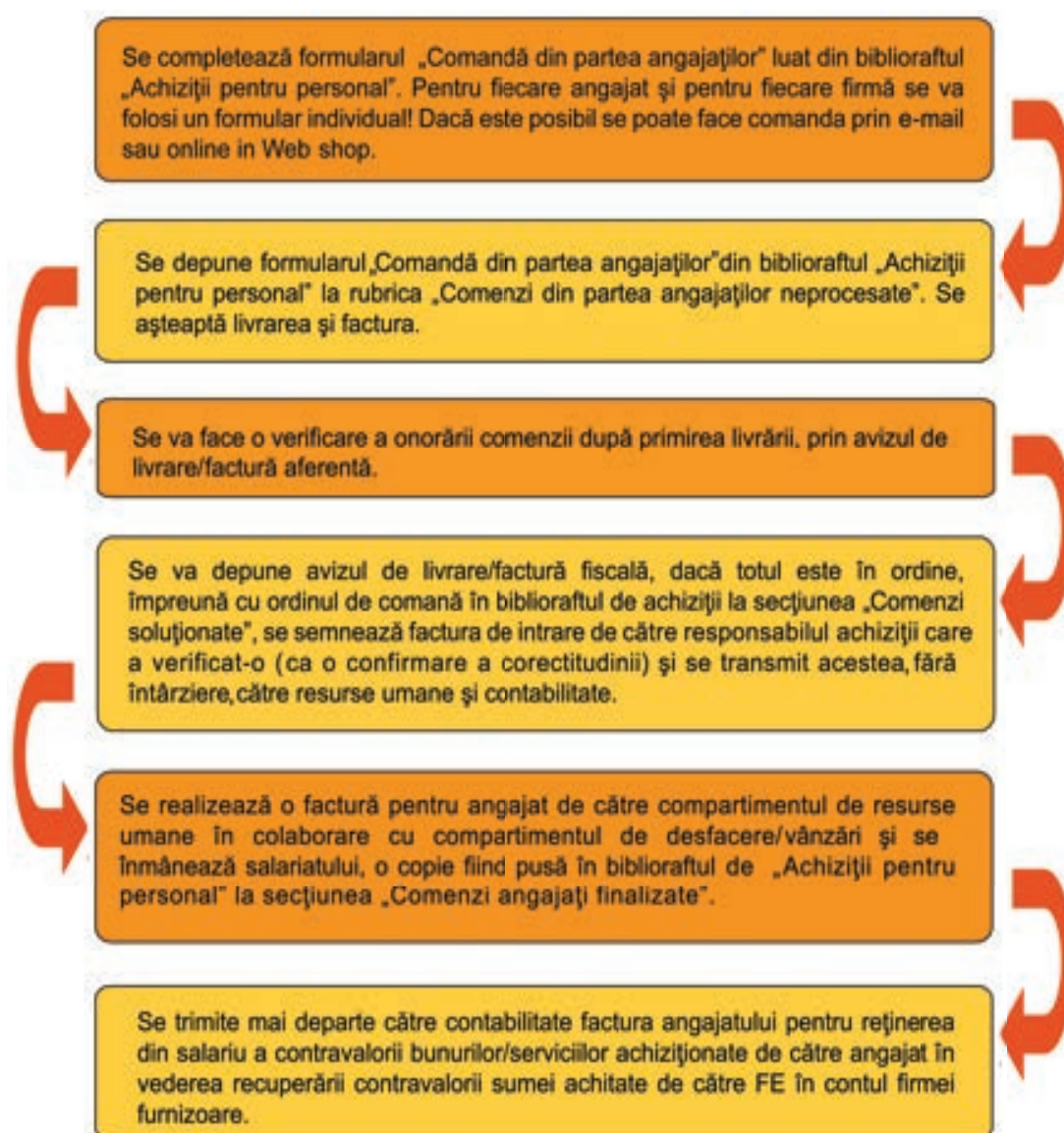
Angajații din firmele de exercițiu primesc un salariu pentru activitatea lor. Pentru că piața firmelor de exercițiu are nevoie de comenzile realizate de angajații celorlalte firme de exercițiu, toți angajații ar trebui să-și cheltuiască salariul lor în mod periodic pentru achiziții la alte firme de exercițiu.

În cazul în care comanda este derulată prin departamentul de achiziții, acest departament emite un ordin propriu de comandă pentru angajați, astfel încât să nu se ajungă la confuzii între comenzi. Angajații sunt solicitați de către departamentul de achiziții să facă cel puțin o dată pe lună cumpărături de la o altă firmă de exercițiu.



Acest proces se poate realiza prin achiziții directe, față în față la târgurile FE și/sau prin intermediul propriei FE prin e-mail, web shop. Se recomandă limitări ale comenzilor la o anumită sumă suportabilă de salariat.

Etape în realizarea achizițiilor pentru personal

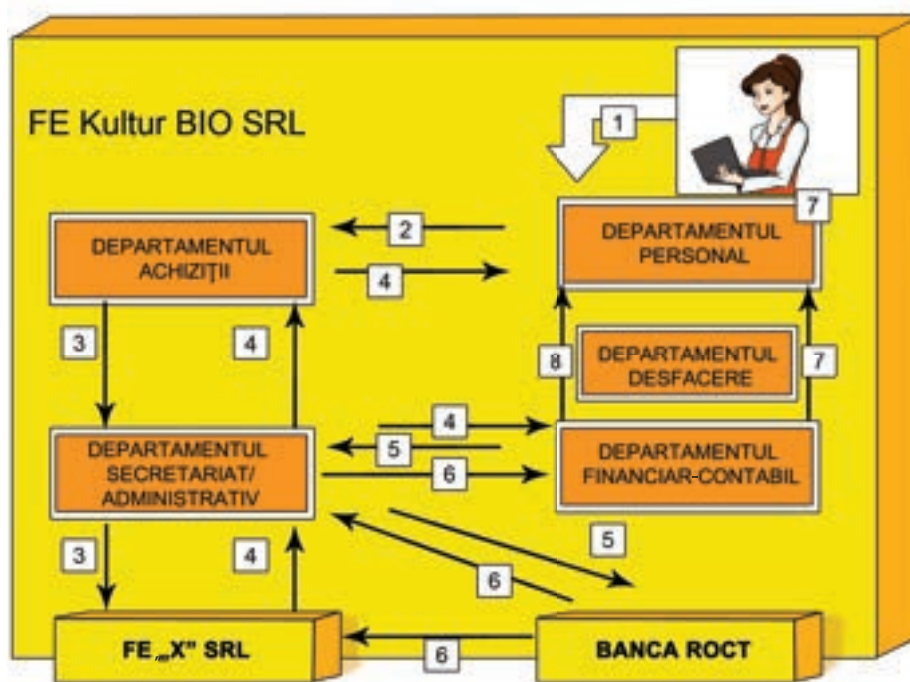


B. Exemplet de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Fluxuri
 informaționale
 privind achizițiile
 pentru personal



- Legendă**
1. Nevoi angajați
 2. Centralizare solicitări
 3. Comandă
 4. Factură fiscală
 5. Ordin de plată
 6. Extras de cont
 7. Factură internă către salariat
 8. Decizie rețineri din salariu pentru Stat de plată

C. Activitate practică

Denumire: Fluxuri informaționale – Achiziții pentru personal

Mod de lucru: Pe grupe

- Resurse:**
- de timp: 30 minute;
 - materiale: cartonașe colorate, fișă de lucru, descrierea problemei notată pe flipchart

- Sarcini de lucru:**
- Stabiliți fluxurile informaționale din interiorul FE X S.R.L. în calitate de cumpărător, FE KULTUR BIO SRL vânzător și banca ROCT;
 - Identificați documentele impuse de operația de achiziții pentru personal inclusiv plata prin cont a tranzacției începând numerotarea de la 1;
 - Trasați cu săgeți fluxurile informaționale, precizați numărul documentului în concordanță cu sarcina primită și prima cerință.

Recomandări: Se poate utiliza jocul de rol. Activitățile de achiziții și vânzări sunt activități în oglindă, o firmă este cumpărătoare și alta are calitatea de vânzător. Activitatea poate fi încheiată abia după alegerea de comun acord a unei soluții.

Instrumente de evaluare: Fișă de reflecție a rezultatelor echipei (muncă și luare a deciziilor sub presiunea timpului). Cum s-au simțit? Ce a fost mai dificil? Ce le-a plăcut mai mult?

Discuție cu angajatul Angajat	Realizată de: Coordonator
Departament:	Data:
Data de intrare:	în acest departament din:
<p>I. Discutarea generală a performanțelor în activitate de până atunci</p> <ul style="list-style-type: none"> • Domeniul de responsabilitate: • Modificare a activității de la ultima discuție cu angajatul: O da O nu • La ce aspect din sarcina de lucru curentă s-a implicat în mod efectiv angajatul/ angajata? <p>Care este rezultatul din cadrul activității curente, la obținerea căruia a contribuit, de care este mândru?</p>	
<p>II. Perspective pentru viitor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ce concluzii poate extrage din această activitate pentru activitățile următoare? • Ce informații/abilități/competențe obținute în cadrul realizării sarcinii pot fi considerate utile pentru activitatea sa ulterioară în FE? 	
Semnătură Angajat/ă	Semnătură Coordonator

6.4. Descrierea procesului de desfacere

A. Noțiuni teoretice

Activitatea de vânzare Ca orice întreprindere, firma de exercițiu trebuie să vândă bunuri sau servicii. În acest sens, nu este suficientă doar înființarea unei firme de exercițiu, ci este necesară vânzarea produselor/serviciilor acesteia. Se valorifică astfel rezultatele activității, respectiv se recuperează cheltuielile și se obține un profit.

Vânzarea bunurilor și serviciilor în firmele de exercițiu se face prin:

- contract comercial încheiat anticipat la cerea unei firme de exercițiu în calitate de client;
- comandă fermă urmată de onorarea imediată a acesteia;
- la cererea neprogramată în cazul tranzacțiilor care au loc la târguri ale firmelor de exercițiu, expoziții la care se fac tranzacții directe.

Etapele vânzării:

a. Acțiuni premergătoare vânzării

Vânzarea este precedată de abordarea clientului și de negociere.

Abordarea clientului se face prin prezentarea ofertei, a catalogului firmei de exercițiu la târguri (contact direct) sau trimiterea în format electronic (contact indirect). Dacă abordarea a decurs conform așteptărilor urmează negocierea prețului, condițiilor de livrare și plată, eventualele bonusuri pentru fidelizarea clientului sau cumpărarea unei cantități mai mari de bunuri sau servicii.

Condițiile de plată se negociază sub aspectul termenului și al fracționării plății. În cazul firmei de exercițiu, acest lucru se realizează în situația încheierii contractelor de vânzare-cumpărare.

Condițiile de livrare sub aspectul locului, al transportului și al cheltuielilor de transport în firma de exercițiu se negociază, în cazul contractelor de vânzare-cumpărare încheiate între firmele de exercițiu din țară și străinătate, pe tot parcursul derulării activității, dar și cu ocazia participării la târguri.

b. Comanda clientului și derularea vânzării

După finalizarea negocierii se încheie contractul de vânzare-cumpărare care conține obligații reciproce pentru firma de exercițiu cumpărătoare - plata la termenul convenit a contravalorii bunurilor sau serviciilor (prețul) și pentru firma vânzătoare – livrarea de bunuri sau prestarea de servicii.

Decizia de cumpărare se manifestă prin trimiterea comenzii către firma de exercițiu vânzătoare.

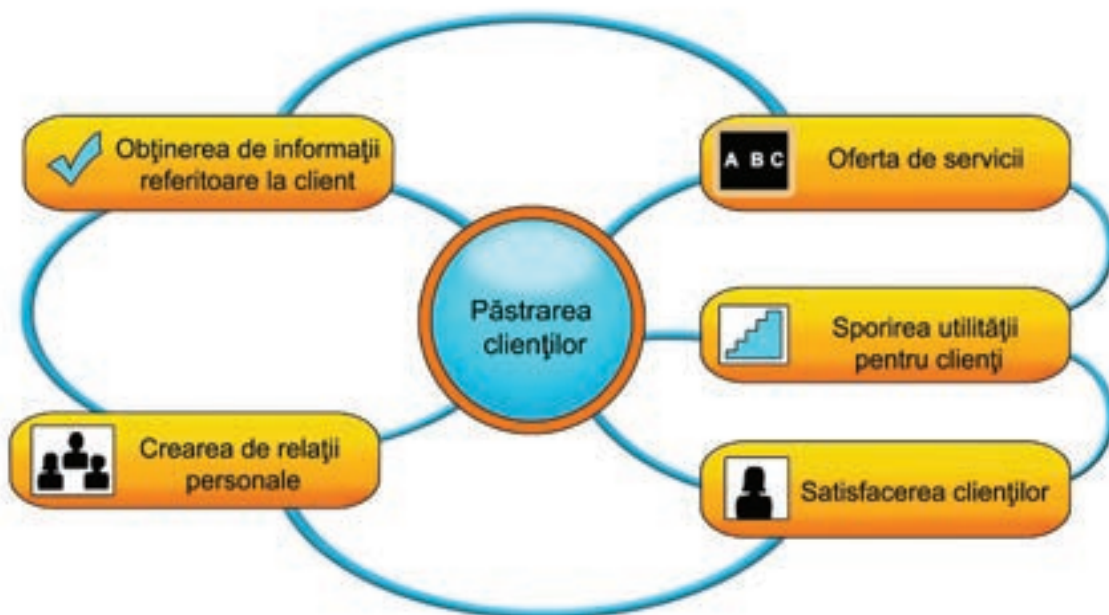
Atragerea și păstrarea clienților

Atragerea clienților se realizează prin:

- Oferte atractive;
- Servicii de calitate adresate clienților:
 - eficiență;
 - accesibilitate;
 - cunoașterea produselor și serviciilor;
 - profesionalism;
 - transparență;
 - consiliere.

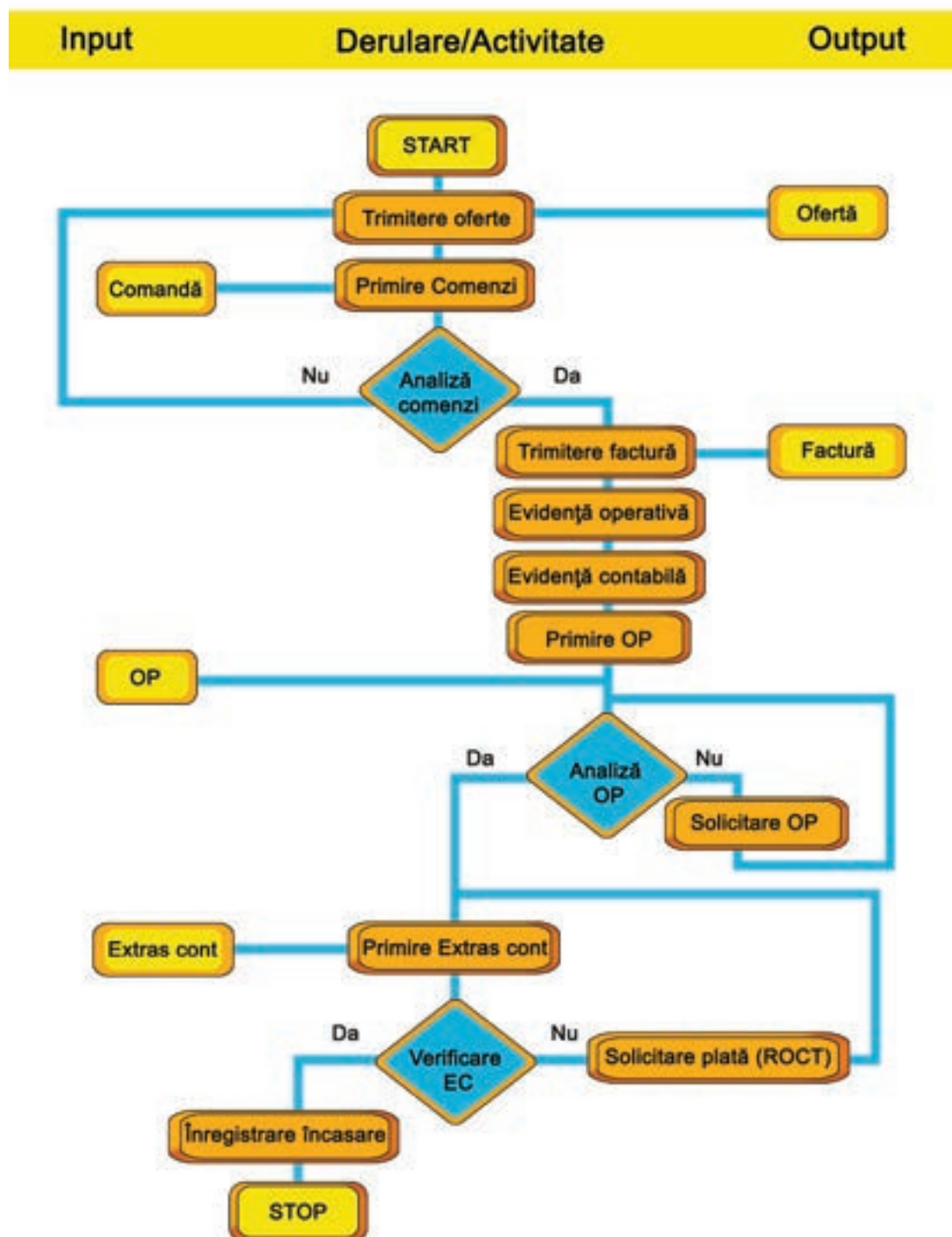


Păstrarea clienților reprezintă un important factor de reușită alături de calitatea produselor și a unor prețuri raționale.



Cum se construiește o relație de vânzare- cumpărare:

- Transpunerea în postura de client;
- Disponibilitate față de nevoile clientului;
- Ascultarea doleanțelor clientului;
- Evaluarea situației în funcție de client;
- Oferirea de bunuri/servicii de calitate;
- Păstrarea unui ton pozitiv, optimist;
- Respectarea interlocutorului.

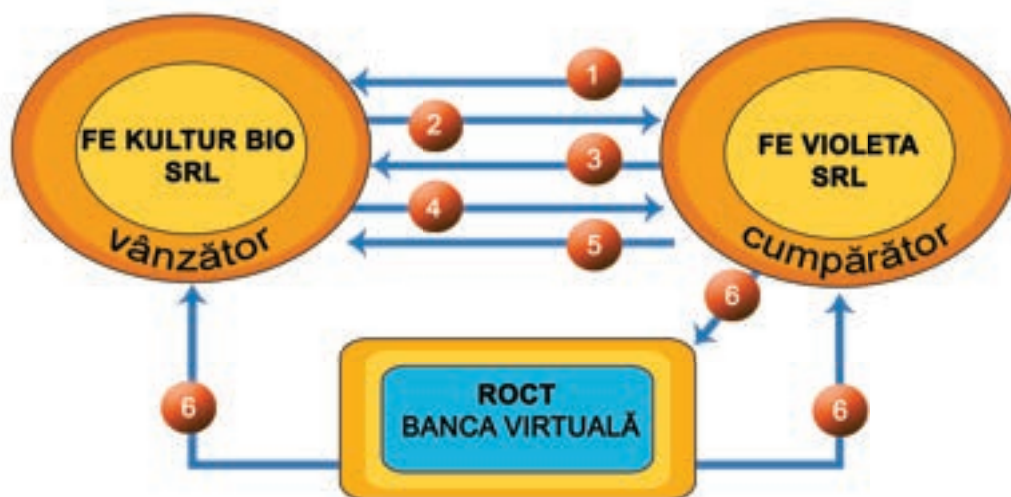
Procesul de vânzare

B. Exemplet de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Fluxul documentelor FE KULTUR BIO SRL și FE VIOLETA SRL



- Legendă**
1. Solicitare ofertă
 2. Primire ofertă
 3. Comandă
 4. Factură fiscală
 5. Ordin de plată
 6. Extras de cont

C. Activitate practică

Denumire: Fluxuri informaționale privind vânzările între departamentele firmelor de exercițiu și banca ROCT

Mod de lucru: Pe grupe

- Resurse:**
- de timp: 30 minute;
 - materiale: PC conectat la internet, imprimantă, cartonașe colorate, markere, foi de flipchart pentru raportare.

- Sarcini de lucru:**
- Identificați documentele care se întocmesc în cazul vânzării de bunuri/servicii;
 - Identificați circuitul fiecărui document;
 - Trasați circuitul documentelor între departamentele celor două firme de exercițiu care contribuie la realizarea tranzacției de vânzare și banca ROCT;
 - Alegeți un reprezentant care să prezinte rezultatele;
 - Oferiți feedback celorlalte echipe.

Recomandări: Activitățile de achiziții și de vânzări sunt activități în oglindă, o firmă este cumpărătoare și cealaltă este vânzătoare.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Nume și prenume angajat al FE: _____

Departament: _____

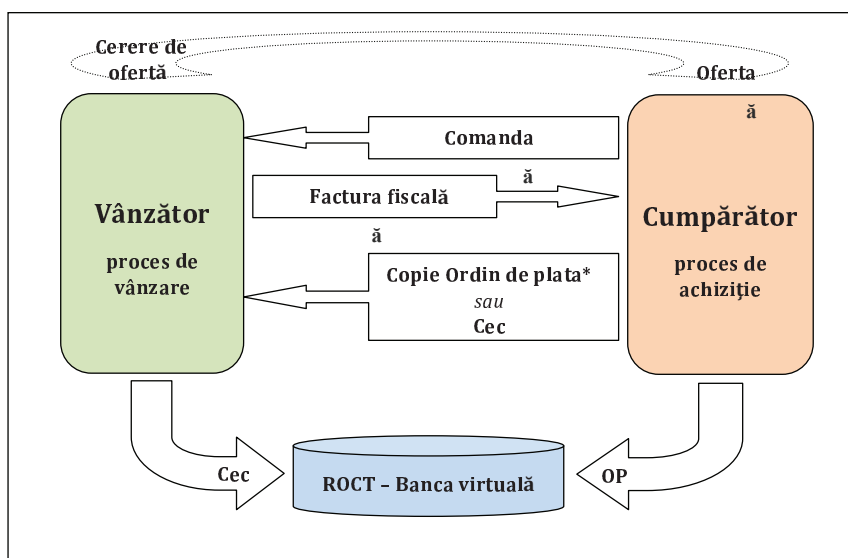
Nr. crt.	Criterii	Nesatisfăcător (<5)	Satisfăcător (5-6)	Bine (7-8)	Foarte bine (9-10)
1	Identificarea documentelor	1-2 documente	3 documente	4 documente	Toate documentele
2	Identificarea circuitului fiecărui document	Erori grave	3-4 omisiuni	1-2 omisiuni	Fișă realizată corect
3	Trasarea circuitului fiecărui document	Greșeli care denaturează mesajul	3-4 greșeli care nu denaturează mesajul	1-2 greșeli care nu denaturează mesajul	Fluxuri informaționale trasate corect

6.5. Documente utilizate în procesele de achiziție și vânzare

A. Noțiuni teoretice

Evidența clară a documentelor asigură succesul afacerii

Într-o tranzacție dintre două firme de exercițiu, o firmă este cumpărător și realizează un proces de achiziție și cealaltă este vânzător și desfășoară un proces de vânzare.



* Cumpărătorul va trimite furnizorului o copie a extrasului de cont.

Decontarea facturii furnizorului se poate realiza în două modalități:

- Cumpărătorul (clientul) trimite **Ordinul de plată** la ROCT – Banca Virtuală și o copie a ordinului de plată la vânzător (furnizor).
- Cumpărătorul (clientul) trimite **Cecul** la vânzător (furnizor). Pentru decontarea facturii, furnizorul trimite cecul la ROCT – Banca virtuală.

Atât furnizorul, cât și clientul vor primi de la ROCT – Banca virtuală **Extrasul de cont**.

FE

REGISTRUL - VÂNZĂRI

p.

Nr. crt.	Comanda primită		Factura emisă			CEC/OP primit			Obs.
	Data	Furnizor	Număr	Data	Valoare	Număr	Data	Sumă	

B. Exemple de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Utilizarea registrelor pentru evidența tranzacțiilor la FE KULTUR BIO SRL

FE a efectuat următoarele achiziții:

- un soft de contabilitate de la FE SSOFT SRL;
- obiecte de inventar de la FE VIOLETA SA;
- mărfuri de la FE CEVA SRL.

Decontarea furnizorului FE VIOLETA SA nu a fost realizată încă, deoarece factura este scadentă în 26.03.N. Se va emite un ordin de plată până în data de 16.03, inclusiv, și se va trece în registru.

FE KULTUR BIO SRL

REGISTRUL - ACHIZIȚII

pag. 1

Nr. ord.	Comanda efectuată		Factura primită			CEC / OP emis			Obs.
	Data	Furnizor	Număr	Data	Valoare	Număr	Data	Suma	
1	12.03.N	FE SSOFT SRL	215	15.03.N	1500	14	20.03.N	1500	
2	12.03.N	FE VIOLETA SA	32	16.03.N	520				
3	17.03.N	FE CEVA SRL	87	17.03.N	4700	16	21.03.N	4700	

Registru de evidență al numerotării ordinelor de plată emise

Nr ordine	Data	Beneficiar	Suma	Obiectul plății	Observații
...					
14	20.03	FE SSOFT SRL	1500	cv FF215/15.03	soft
15	20.03	COLEGIUL ECONOMIC SINAIA	100	chirie-luna martie	
16	21.03	FE CEVA SRL	4700	cv FF67/17.03	mărfuri

FE a înregistrat în Registrul-vânzări operațiile de vânzare mărfuri, pe bază de factură, astfel:

FE KULTUR BIOSRL									
REGISTRUL - VÂNZĂRI									
Nr. ori	Comanda primită		Factura emisă			CEC / OP primit			Obs
	Data	Clienț	Număr	Data	Valoare	Număr	Data	Suma	
1	07.03.N	FE CINEVA SRL	125	08.03.N	620	12	12.03.N	620	
2	14.03.N	FE VIOLETASA	126	14.03.N	1240	54	17.03.N	1240	
3	15.03.N	FE X SRL	127	15.03.N	868	141	17.03.N	868	
4	18.03.N	FE PRIMASA	128	20.03.N	1400				

FE KULTUR BIO SRL încă nu a primit de la clientul PRIMA SA ordinul de plată. În momentul primirii lui se va consemna în registru.

C. Activitate practică

Denumire: Organizarea documentelor în departamentul comercial pentru achiziții și vânzări și întocmirea registrelor comerciale (Registrul-achiziții și Registrul-vânzări)

Mod de lucru: Pe grupe. În cadrul departamentului comercial se formează 2 grupe: grupa Achiziții și grupa Vânzări.

Resurse:

- de timp: 40 minute
- materiale: Registrul-achiziții, Registrul-vânzări, Registrul de evidență al numerotării ordinelor de plată, Toate comenzile, facturile și ordinele de plată/CEC-urile.

Sarcini de lucru: Toți angajații departamentului:

- Clasați comenzile în funcție de tipul lor (primite sau efectuate);
- Clasați facturile fiscale în funcție de natura operației (achiziție sau vânzare);
- Clasați ordinele de plată în funcție de obiectul operației (încasare sau plată);
- Documentele clasate vor fi distribuite grupelor Achiziții și Vânzări astfel:
 - **grupa Achiziții:** comenzi efectuate, facturi primite, OP/CEC-uri emise;
 - **grupa Vânzări:** comenzi primite, facturi emise, OP/CEC-uri primite.

Grupa Achiziții din cadrul departamentului:

- Ordoneți cronologic comenzile efectuate de FE și consemnați-le în Registrul-achiziții.
- Ordoneți cronologic facturile și consemnați-le în registru în dreptul comenzilor corespunzătoare.
- Ordoneți cronologic ordinele de plată/CEC-urile emise și consemnați-le în registru în dreptul operației corespunzătoare.

Grupa Vânzări din cadrul departamentului:

- Ordoneți cronologic comenzile primite de FE și consemnați-le în Registrul-vânzări;
- Ordoneți cronologic facturile emise și consemnați-le în registru în dreptul comenzilor corespunzătoare;
- Ordoneți cronologic ordinele de plată/CEC-urile primite și consemnați-le în registru în dreptul operației corespunzătoare.

Recomandări:

- grupa Achiziții verifică comenzile efectuate și neonorate și dacă toate facturile primite sunt plătite;
- grupa Vânzări verifică dacă sunt emise toate facturile conform comenzilor primite;
- Se verifică în Extrasele de cont primite de la bancă încasările și plățile conform ordinelor de plată/CEC-urilor existente.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Nume și prenume angajat al FE: _____

Departament: _____

Nr. crt.	Criterii	Nesatisfăcător (<5)	Satisfăcător (5-6)	Bine (7-8)	Foarte bine (9-10)
1	Clasarea documentelor	1-2 documente	3 documente	4 documente	Toate documentele
2	Ordonarea cronologică a documentelor	Erori grave	3-4 omisiuni	1-2 omisiuni	Ordonare corectă
3	Întocmirea Registrului-achiziții/ Registrului-vânzări	Greșeli care denaturează documentul	3-4 greșeli care nu denaturează documentul	1-2 greșeli care nu denaturează documentul	Registre întocmite corect

6.6. Procesul de import-export

A. Noțiuni teoretice

În epoca noastră, nici o țară, indiferent de mărimea sau bogățiile sale, nu-și poate asigura toate produsele de care are nevoie numai din producția proprie. Ca urmare, fiecare țară este nevoită să desfășoare o activitate de comerț exterior.

Import – export în România

Exportul și importul bunurilor/serviciilor din și în teritoriul României sunt liberalizate, nefiind supuse, în principiu, nici unui fel de restricții. Operațiunile de import-export se pot efectua numai de către agenții economici care au prevăzut în obiectul lor de activitate efectuarea unor astfel de operațiuni.

Documentele folosite, în mod obișnuit, pentru operațiunile de **export** sunt:

- factura comercială externă (se completează în cel puțin trei exemplare în original - nu se calculează TVA la export!);
- factura de transport și asigurare marfă;
- document de transport și asigurare marfă;
- actele firmei exportatoare;
- licența, dacă este cazul;
- certificat de origine a mărfii;
- certificat de conformitate, de calitate;
- certificat de garanție;
- contract extern;
- declarație de încasare în valută;
- lista de pachete;
- alte avize, dacă este cazul (certIFICATE fito-sanitare, certificate sanitar-veterinare, certificate de abilitare etc.);
- declarație vamală de export.

Documentele folosite în mod obișnuit pentru operațiunile de **import** sunt:

- factura comercială externă – de la exportator;
- factura de transport (dacă acesta e plătit separat) – de la exportator;
- document de transport și asigurare marfă;
- actele firmei exportatoare – de la exportator;
- actele firmei importatoare;
- licența de import, dacă este cazul – de la Ministerul de Externe;
- certificat de origine a mărfii – de la biroul vamal sau camerele de comerț ale țării exportatoare;
- certificat de conformitate, de calitate – de la producător;
- certificat de garanție – de la producător;
- contract extern;
- lista de pachete – de la exportator;
- alte avize, dacă este cazul (certIFICATE fito-sanitare, certificate sanitar-veterinare, certificate de abilitare etc.);
- declarația vamală de import.

Ca și în cazul societăților comerciale din România, în firma de exercițiu se pot efectua operațiuni de import-export, operațiuni care sunt puțin simplificate, deoarece nu se realizează vămuirea bunurilor. Centrala firmelor de exercițiu și întreprinderilor simulate ROCT este afiliată la EUROOPEN ceea ce permite relaționarea cu celelalte firme de exercițiu din lume.

Știați că în lume există aproximativ 6 800 firme de exercițiu (date statistice EUROOPEN, mai 2011)!

Argentina	68	Finlanda	60	Romania	1 017
Australia	155	Franța	120	Slovacia	757
Austria	1 163	Germania	579	Slovenia	194
Belgia	233	Marea Britanie	20	Spania	309
Brazilia	210	Italia	152	Suedia	48
Bulgaria	58	Lituania	46	Elveția	47
Canada	42	Luxemburg	22	SUA	304
China	114	Malaezia	26	Polonia	39
Cehia	701	Olanda	340	Norvegia	6
Danemarca	27				

Avantaje ale comerțului exterior în firma de exercițiu:

- caracterul economic al activității;
- interferența factorului național cu cel internațional a activității;
- diversitatea și specificitatea activității de comerț exterior;
- sistemul de decontare a activității;
- dezvoltarea competențelor de comunicare în limba străină;
- dezvoltarea competențelor sociale.



Procesul de achiziții din import în firma de exercițiu se realizează similar procesului de achiziții intern, cu următoarele deosebiri:

1. în momentul primirii facturii externe se trimite la Banca ROCT Ordinul de cumpărare valută pentru suma de plată, însoțit de factura furnizorului extern;
2. după achiziția valutei necesare plății, se trimite la Banca ROCT Dispoziția de plată externă pentru plata furnizorului (însoțită de Ordinul de plată).

Procesul de vânzări la export în firma de exercițiu se realizează similar procesului de vânzare intern. Toate documentele întocmite pentru tranzacții internaționale se realizează în limba engleză.

Factura fiscală	Invoice
Ordin de plată	Payment order
Contract de vânzare-cumpărare	Purchase agreement



- Pentru livrările de bunuri/servicii la export nu se percepe TVA.
- Întocmiți contracte cadru/contracte de vânzare-cumpărare pentru eficientizarea tranzacțiilor internaționale.
- Este util să se utilizeze registre separate pentru evidența importurilor și exporturilor.

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL a achiziționat de la un furnizor extern (TF BHAK WIEN) fructe tropicale conform facturii fiscale în valoare de 600 €. Cheltuielile cu transportul sunt incluse în factura furnizorului.

Pentru efectuarea plății, FE KULTUR BIO întocmește **Ordinul de cumpărare valută** pentru suma de 600 € și îl trimite la ROCT-Banca Virtuală însoțit de factura de la furnizor.

ROCT-Banca Virtuală
Timișoara, str. Corbului, nr 7/C

UZ DIDACTIC

Denumirea Firmei de exercițiu: FE KULTUR BIO SRL
Școala: COLEGIUL ECONOMIC
Adresa: SINAIA, str. FORMATOR, nr. 4
Tel/ Fax: 0269212121

Persoana de contact: IONESCU MARIAN
CUI: 1210942

EXECUTAT LA CURSUL de lei
(se completează de ROCT-Banca Virtuală)

ORDIN DE CUMPĂRARE VALUTĂ

Valabil până la data de: 31.03. N

Către: ROCT-BANCA VIRTUALĂ

1. CUMPĂRAȚI suma de: 600 €/ șasesute, cu data valutei de: 15 .03. N
în cifre în litere

Echivalentul în lei îl veți recupera din contul nostru de disponibil nr. RO 29 ROCT 001327 RON, deschis la ROCT BANCA VIRTUALĂ. Suma în valută cumpărată o veți vira cu aceeași dată de valută (sus – menționată) în contul nostru nr. RO 29 ROCT 001327 RON, deschis la ROCT-BANCA VIRTUALĂ.

2. Anexăm următoarele documente care probează natura operațiunii valutare (referire la contract sau factură): Factura/Contract nr. 251478 emis(ă) de TF BHAK WIEN

3. Scopul cumpărării de valută este:

- Operațiune valutară curentă
- Operațiune valutară de capital reprezentând
- Investiție directă
- Operațiune cu instrumente financiare tranzacționate în mod curent pe piața de capital
- Operațiune cu instrumente financiare tranzacționate în mod curent pe piața monetară
- Alta operațiune valutară de capital

4. Declaram că suntem de acord ca sumele în valută cumpărate în baza prezentului ordin și neutilizate în termen de 30 de zile calendaristice de la data expirării termenelor de plată conform destinației inițiale sau pentru alte operațiuni valutare curente sau de capital să fie răscumpărate de instituția de credit prin care se execută prezentul ordin, la cursul de schimb al tranzacției inițiale de cumpărare.

15.03. N
Data întocmirii

Ionescu Marian, 1920507362548
Nume și prenume; CNP

După achiziția valutei, firma procedează la plata furnizorului extern pe baza **Dispoziției de plată externă**, pe care o trimite la ROCT. Se va efectua transferul de bani între cele două bănci, iar la sfârșitul lunii tranzacția va apărea în **Extrasul de cont emis de bancă**.

ROCT-Banca Virtuală
Timișoara, str. Corbului, nr 7/C

UZ DIDACTIC

DISPOZIȚIE DE PLATĂ EXTERNĂ

1. Ordonator

Denumirea firmei de exercițiu: FE KULTUR BIO SRL

Sediul școlii/localitate: SINAIA, str. FORMATOR, nr. 4, Tel: 0269212121, Fax : 0269212121, E-mail fe.kulturbio@yahoo.com

2. Banca ordonatorului: ROCT BANCA VIRTUALĂ

3. Suma totală ordonată 600 € / șasesute valuta euro
în cifre în litere

din care, plăți pe tipuri de tranzacții:

Nr. crt.	Valoarea tranzacției	Descrierea tranzacției pentru care se dispune plata	Data livrării	Nr. din Registrul datoriei externe
1	600 €	Plată factură furnizor TF BHAK WIEN	12.03.N	1584

4. Instrucțiuni ale clientului privind plata			
<input type="checkbox"/> spot	<input type="checkbox"/> SWIFT/telegrafic	<input type="checkbox"/> numerar	<input type="checkbox"/> cec
<input type="checkbox"/> urgent	<input checked="" type="checkbox"/> ordin de plată	<input type="checkbox"/> acreditiv	<input type="checkbox"/> incasso
Documente:		Comisioane și speze:	
Contracte		<input type="checkbox"/> OUR <input type="checkbox"/> SHA <input type="checkbox"/> BEN	
Facturi: 251478 / 12.03.N			
nr. și data			
5. Banca beneficiarului		6. Beneficiar	
Denumire: ACT		Nr. Cont AT251EUR1458748	
Adresa WIEN, 10		Denumirea firmei de exercițiu TF BHAK WIEN	
Țara AUSTRIA		Adresa WIEN, Astrasse, 10	
		Țara AUSTRIA	
7. Țara partenerului din contractul extern			
AUSTRIA			
8. Informațiile completate pe acest formular sunt conform evidențelor		9. Se completează de către ROCT-Banca Virtuală	
Semnătura ordonatorului Dispoziția de plata a fost executată		Data valutei	
Ionescu			
Nume și prenume		Referința externă	
IONESCU MARIAN			
CNP: 1920507362548		Data	
Data: 20.03.N		Semnătura și ștampila	

Sugestii metodice

Se pot utiliza tehnicile de creativitate din *Ghidul metodologic* de la capitolul „Instrumente”.

Se pot utiliza Fișele metodice de pe CD:

- *6_FM_Fluxuri_informaționale_privind_vanzările;*
- *6_FM_Fluxuri_informaționale_privind_achizițiile_pentru_personal;*
- *6_FM_Compararea_a_două_oferte.*

Glosar de termeni

Registru comercial: caiet, sistem de fișe etc. în care se înregistrează diferite date și acte cu caracter administrativ, comercial.

Procesul de import: operațiune comercială de cumpărare din străinătate a unor bunuri materiale și/sau servicii contra unei cantități de monedă convenită, implicând trecerea de către acestea a frontierei vamale a importatorului.

Procesul de export: operațiune comercială de vânzare a unor bunuri materiale și/sau servicii către persoane fizice sau juridice dintr-o altă țară în schimbul unei sume dintr-o valută convenită.

Ordin de cumpărare valută: ordinul dat de către o persoană fizică sau juridică agentului său, care este de regulă o bancă sau o societate de intermediere, de a cumpăra de pe piața financiar-valutară sau bursieră valuta convenită.

Dispoziție de plată externă: ordin scris prin care se dispune plata (virarea) unei sume din contul ordonatorului în contul beneficiarului.

Soluție IT: program informatic ce cuprinde un ansamblu de instrucțiuni codate cu ajutorul cărora un calculator electronic rezolvă o problemă dată.

Bibliografie

1. OMEF 3512 din 27.11.2008 privind documentele financiar-contabile.
2. Popa, Ioan – *Tehnica operațiilor de comerț exterior*, București, Editura Economică, 2008.



Departamentul resurse umane și procesele aferente (managementul de personal)

Motto: „Omul potrivit la locul potrivit!”

Motivație: Resursele umane reprezintă „inima” unei firme de exercițiu.

Competențe și obiective

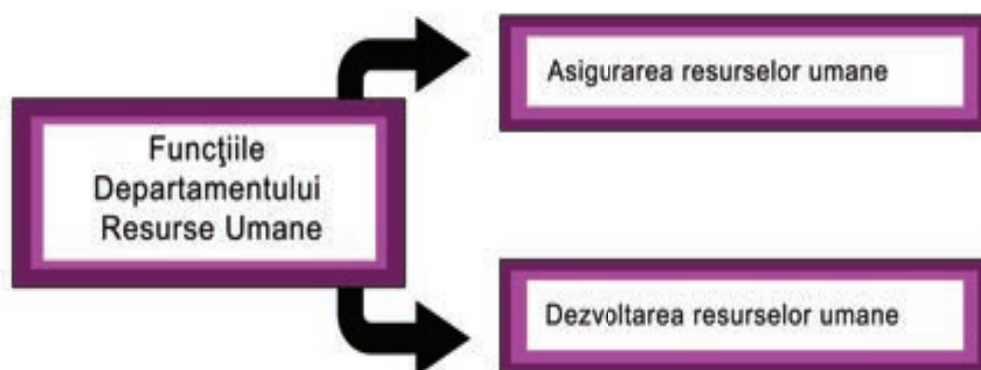
COMPETENȚE DIN FIRMA DE EXERCİȚIU	COMPETENȚE SPECIALIZATE
<ul style="list-style-type: none"> • Realizează procesul de recrutare • Realizează măsurile de planificare a necesarului de personal, de angajare, de dezvoltare și de evaluare a personalului • Organizează și realizează evidența documentelor de personal • Utilizează tehnicile de coaching (motivare, îndrumare, consiliere) în activitatea curentă a firmei 	<ul style="list-style-type: none"> • Planifică necesarul de resurse umane • Analizează mediul de recrutare și selecție • Valorifică resursele personale pentru obținerea unui loc de muncă • Stabilește strategii de dezvoltare a carierei profesionale
OBIECTIVE PEDAGOGICE	OBIECTIVE ECONOMICE
<ul style="list-style-type: none"> • Să dezvolte și să perfecționeze competențe personale (flexibilitatea, disponibilitatea de a învăța, spiritul critic, creativitatea, inițiativa) • Să dezvolte și să perfecționeze competențe sociale (capacitatea de interacțiune, de rezolvare a conflictelor, spiritul de echipă, responsabilitatea, leadership-ul) 	<ul style="list-style-type: none"> • Să analizeze necesarul de personal la locul de muncă • Să evalueze locul de muncă, să identifice cerințele locului de muncă • Să identifice profilul socio-profesional al personalului • Să-și alcătuiască portofoliul personal pentru ocuparea unui loc de muncă • Să se prezinte la interviu și să aprecieze rezultatul obținut • Să stabilească etapele pentru selectarea personalului • Să asigure feed-back – ul privind performanța personalului • Să încurajeze perfecționarea continuă

- Conținuturi tematice:**
- 7.1. Atribuțiile departamentului de resurse umane
 - 7.2. Salarizarea personalului
 - 7.3. Rotația posturilor. Transferul cunoștințelor în firma de exercițiu
 - 7.4. Documente utilizate în activitățile specifice departamentului resurse umane; circuitul documentelor și arhivarea acestora

7.1. Atribuțiile departamentului de resurse umane

A. Noțiuni teoretice

Departamentul Resurse Umane asigură necesarul de personal, competitivitatea firmei și dezvoltarea performanțelor angajaților.



I. Asigurarea resurselor umane

1. Planificarea resurselor umane în cadrul firmei de exercițiu are drept scop determinarea nevoilor și strategiilor privind asigurarea resurselor umane ale firmei. Departamentul resurse umane stabilește de câți angajați (și cu ce caracteristici personale) e nevoie pentru a lucra în firma de exercițiu.



Obiectivele planificării resurselor umane constau în angajarea:

- oamenilor potriviți;
- în numărul necesar;
- cu cunoștințele, abilitățile și experiența necesare;
- pe posturile corespunzătoare;
- la locul și timpul potrivit;
- cu un cost adecvat.

2. Recrutarea – activitate complementară din firma de exercițiu prin care se încearcă atragerea de personal nou, pe fondul creșterii volumului de muncă, în urma anunțului publicat pe site-ul firmei de exercițiu sau la cabinetul firmelor de exercițiu din școală.



Reclutarea este strâns legată de rotația posturilor din cadrul firmei de exercițiu.

3. Selecția – activitate prin care se selecționează angajații care întrunesc calitățile, cunoștințele, deprinderile și aptitudinile necesare realizării obiectivelor, sarcinilor, competențelor și responsabilităților corespunzătoare anumitor posturi vacante din firma de exercițiu.

Notă: Vezi *Capitolul 5.5: Recrutarea resurselor umane*

4. Integrarea angajaților are drept scop facilitarea integrării în firma de exercițiu. Procesul de integrare constă în familiarizarea noilor angajați din firma de exercițiu cu anumite procese din cadrul anumitor compartimente pentru care au optat. Responsabilitatea integrării noului angajat îi revine șefului de departament.

Fazele perioadei de integrare:

- familiarizarea cu noul loc de muncă;
- acomodarea cu grupul;
- crearea atmosferei de siguranță, prin oferirea tuturor informațiilor.

Informații/documente care facilitează integrarea:

- programul de lucru;
- regulile din departament;
- fișa postului.

II. Dezvoltarea resurselor umane

5. Instruirea și dezvoltarea profesională a angajaților are drept scop identificarea, aprecierea și asigurarea dezvoltării competențelor care permit angajaților să realizeze sarcinile aferente fiecărui post.



Obiectivele formării și perfecționării angajaților sunt:

- sprijinirea acestora în atingerea unui maxim de performanță în realizarea muncii lor;
- pregătirea lor pentru evoluția viitoare a locurilor de muncă.

Formarea și perfecționarea personalului din firma de exercițiu se poate realiza atât în cabinetul firmei de exercițiu din școală de către profesorul coordonator sau de către alți specialiști invitați, cât și în vizite de studiu la firmele partenere.

Metode și tehnici utilizate în formare:

- Rezolvarea de probleme;
- Studiile de caz;
- Prezentările, demonstrația;
- Filmele și tehnica video;
- Discuția în cadrul grupului;
- Exerciții de lucru cu documente;
- Interpretarea de roluri;
- Jocurile, simulările;
- Incidentele critice – rezolvarea conflictelor;

O formă de instruire este rotația posturilor, în care un angajat petrece timp într-o serie de posturi pentru a căpăta experiență specifică, de obicei sub îndrumarea unei persoane calificate.

6. Salarizare, recompense și motivare

După angajare, se stabilește nivelul recompensării adecvate a salariaților. Sunt stabilite salariile considerate corecte pentru angajații cu anumite abilități și responsabilități ale postului, precum și cele mai potrivite metode de motivare.

7. Evaluarea performanțelor/ rezultatelor angajaților reprezintă procesul de stabilire a modului și a măsurii în care angajații își îndeplinesc responsabilitățile ce le revin, în raport cu postul ocupat.



Criteriile de performanță trebuie aibă următoarele caracteristici:

- să fie clar formulate;
- să fie în număr limitat;
- să fie măsurabile;
- să se aplice tuturor angajaților care dețin același post sau posturi similare.

Printre criteriile de performanță putem menționa:

- caracteristicile personale (aptitudini, comportament și personalitate);
- adaptarea la cerințele postului;
- competența (cunoștințe pentru exercitarea atribuțiilor postului);
- capacitatea de decizie;
- spiritul de echipă;
- delegarea responsabilităților, antrenarea personalului;
- comunicare (receptarea și transmiterea informațiilor);
- orientarea către performanță.

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Fișa postului
Manager Resurse
Umane de la FE
KULTUR BIO SRL

FIȘA POSTULUI

A. IDENTIFICAREA POSTULUI

- 1. Denumirea societății:** FE KULTUR BIO SRL
- 2. Denumirea postului:** Manager resurse umane
- 3. Nume și prenume:** Popescu Andrei
- 4. Relații cu alte posturi:**
 - a) ierarhice:**
 - este subordonat managerului firmei de exercițiu
 - are în subordine personalul departamentului resurse umane.
 - b) funcționale:** cu toți angajații firmei, șefi de departamente, precum și persoane care doresc să se angajeze în cadrul firmei.
 - c) de control:** controlează activitatea personalului din Departamentul Resurse Umane.

B. CERINȚELE POSTULUI

- 1. Pregătirea necesară ocupantului postului:**
 - 1.1. Pregătire de bază:** studii economice sau juridice
 - 1.2. Pregătire de specialitate:**
 - 1.3. Cunoștințe:** operare PC-Office, Power Point
 - 1.4. Limbi străine:** cel puțin două din limbile de circulație internațională

2. Experiență:**3. Aptitudini și abilități necesare:**

- cunoștințe și deprinderi de editare texte, operare cu o bază de date, statistică;
- aptitudini de inter-relaționare, capacitatea de a înțelege comportamentul uman, de a conduce și de a motiva angajații;
- aptitudini de planificare, organizare și control al activității de luare de decizii;
- dorință de dezvoltare personală și profesională, inițiativă.

4. Atitudini necesare/comportament solicitat:

- capacități persuasive; echilibru emoțional; responsabilitate personală;
- capacitate de planificare și organizare; eficiență personală;
- capacitate de integrare în mediile de lucru;
- spirit de echipă; profil etic/integritate.

5. Vârsta:

6. Parametrii privind starea sănătății somatice: să fie declarat „apt” medical.

7. Trăsături psihice și de personalitate: să fie declarat „apt” la testarea psihologică.

C. CONDIȚII SPECIFICE DE MUNCĂ

1. Locul de muncă: sediul firmei.

2. Programul de lucru: 8 ore; se pot face și ore suplimentare când situația solicită acest lucru.

3. Natura muncii: individuală și de grup.

4. Compensări: sporurile prevăzute de lege.

D. DESCRIEREA SARCINILOR, ÎNDATORIRILOR ȘI RESPONSABILITĂȚILOR POSTULUI

1. planifică, organizează și supervizează activitățile de resurse umane;
2. organizează și coordonează procesul de recrutare și selecție de personal pentru posturile vacante;
3. asigură anunțarea locurilor vacante în presă, precum și în incinta firmei și stabilește data concursului;
4. participă la trierea CV-urilor, interviuarea și testarea candidaților și se asigură de corecta desfășurare a concursurilor scrise; comunică rezultatele candidaților;
5. răspunde de activitatea de stimulare a angajaților;
6. planifică și coordonează orientarea noilor angajați, pentru a facilita integrarea acestora în firmă;
7. elaborează „Programul de instruire a angajaților” și răspunde de organizarea cursurilor de perfecționare;
8. ține evidența documentației necesare activității departamentului privind salarizarea, asigurările sociale, angajările, rotația posturilor;
9. controlează activitatea de înregistrare a tuturor actelor la ROCT, a contractelor individuale de muncă, întocmirea pontajului;
10. coordonează realizarea și implementarea unui sistem de evaluare a performanțelor profesionale ale angajaților;
11. elaborează proceduri de lucru în cadrul departamentului, privind principalele activități de resurse umane (recrutare și selecție, planificare a resurselor umane, instruire, evaluare a performanțelor profesionale) și se asigură de respectarea acestora de către întregul personal;
12. execută calitativ și la termen sarcinile de serviciu; păstrează confidențialitatea rezultatelor obținute.

E. STANDARDELE DE PERFORMANȚĂ ASOCIATE POSTULUI

1. **Indicatori cantitativi:** îndeplinește toate atribuțiile, sarcinile și responsabilitățile postului pe care îl ocupă;
2. **Indicatori calitativi:** urmărește realizarea de lucrări corecte și complete din punct de vedere al informațiilor conținute ori solicitate;
3. **Costuri:** în limitele fondurilor alocate;
4. **Timpul:** în termenele stabilite de actele normative, documentele de organizare și planificare a activităților firmei;
5. **Utilizarea resurselor:** folosirea rațională și legală a resurselor materiale și financiare puse la dispoziție;
6. **Mod de realizare:** individual și în echipă.

Titularul postului,

Semnătura.....

Data.....

Manager,

Semnătura.....

Data.....

C. Activitate practică**Denumire:** Întocmirea fișelor de post pentru angajații FE

- Mod de lucru:**
- individual – fiecare angajat din firma de exercițiu își întocmește propria fișă a postului;
 - pe echipe – în cadrul departamentelor se elaborează fișele de post.

- Resurse:**
- de timp: 1 oră;
 - materiale: PC conectat la Internet, consumabile, imprimantă, modele de fișe de post.

- Sarcini de lucru:**
- Actualizați cunoștințele legate de sarcini, competențe, responsabilități, obiective, relații ale unui post din FE.
 - Analizați capitolele: descrierea postului și cerințele postului.
 - Întocmiți fișa de post pe un format distribuit (în formă digitală sau pe suport de hârtie).
 - Evaluați în cadrul departamentelor.

- Recomandări:**
- Utilizarea dosarelor de personal ale FE;
 - Documentare la firma parteneră.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Nume și prenume angajat al FE: _____

Fișă post: _____

Departament: _____

Nr. crt.	Criterii	Nesatisfăcător (<5)	Satisfăcător (5-6)	Bine (7-8)	Foarte bine (9-10)
1	Completarea câmpurilor	Majoritatea câmpurilor rămase necompletate	5-6 câmpuri rămase necompletate	3-4 câmpuri rămase necompletate	Toate câmpurile completate
2	Corectitudinea datelor	Erori grave	3-4 omisiuni	1-2 omisiuni	fișă realizată corect
3	Corectitudinea exprimării / limbaj de specialitate adecvat	Greșeli care denaturează mesajul	3-4 greșeli care nu denaturează mesajul	1-2 greșeli care nu denaturează mesajul	Limbaj profesional fără greșeli de exprimare

7.2. Salarizarea personalului

A. Noțiuni teoretice

Salariul din firma de exercițiu reprezintă suma de bani virtuală ce revine unui angajat (salariat) pentru munca prestată. Angajatul în firma de exercițiu este încadrat, pe baza unui contract **individual de muncă pe perioadă determinată**.

În firma de exercițiu, angajații încheie contract de muncă pentru **trei ore/săptămână (ore aferente laboratorului alocat metodei de predare firmă de exercițiu), pe perioadă determinată, aferentă unui an școlar**.

SALARIU BRUT = SALARIU REALIZAT + SPORURI + INDEMNIZAȚII

În firma de exercițiu utilizăm noțiunea de salariu negociat.

SALARIU BRUT = SALARIU REALIZAT

DOCUMENTE UTILIZATE ÎN DECONTAREA SALARIILOR:

- Foaie colectivă de prezență
- Stat de salarii
- Notă de contabilitate
- Fluturași
- Ordin de plată
- Extras de cont

Din salariile brute realizate de către angajații firmei de exercițiu se scad obligațiile salariale ale angajatului și rezultă restul de plată. Obligațiile salariale sunt suportate de către angajat și se plătesc de către angajator. La rândul său, angajatorul are obligații de plată legate de salarii către bugetul de stat și bugetul asigurărilor sociale.

În tabelul de mai jos, puteți observa cotele aferente fiecărui tip de contribuție (valabile în anul 2011).

Contribuții angajator (firma de exercițiu)	Cota	Contribuții angajat (elevul)	Cota
Contribuția la asigurările sociale (C.A.S.)	20,80% 25,80% 30,80%	Contribuția la asigurările sociale (C.A.S.)	10,50%
Contribuția la asigurările sociale de sănătate (C.A.S.S.)	5,20%	Contribuția la asigurările sociale de sănătate (C.A.S.S.)	5,50%
Contribuția la fondul de șomaj (C.F.Ș)	0,50% 0,75%	Contribuția la fondul de șomaj (C.F.Ș)	0,50%
Fond garantare creanțe salariale	0,25%	Impozit pe salariu	16%
Accidente de muncă și boli profesionale	0,159%	Avansuri acordate	Dacă este cazul
Concedii și indemnizații	0,85%	Alte rețineri (rate, chirii)	Dacă este cazul

În firma de exercițiu nu se acordă bani în avans angajaților, iar aceștia nu au obligații sub formă de rate sau chirii. De asemenea, în firma de exercițiu nu se lucrează cu concedii medicale și concedii de odihnă. Contribuțiile angajatorului (firmei de exercițiu) legate de salarii se calculează prin aplicarea cotelor aferente asupra fondului de salarii.

FONDUL DE SALARII = TOTAL SALARII BRUTE

C.A.S. și **C.A.S.S.** suportat de angajat se calculează prin aplicarea cotelor aferente asupra salariului brut. **C.F.Ș.** se calculează prin aplicarea cotei aferente asupra salariului negociat (de încadrare). Impozitul aferent salariului obținut se calculează prin aplicarea cotei de 16% asupra salariului impozabil, stabilit după următoarea formulă:

VENIT IMPOZABIL DIN SALARIU = VENIT BRUT – C.A.S. – C.A.S.S. – C.F.Ș. – DEDUCEREA PERSONALĂ

Deducerea personală se stabilește diferențiat, în funcție de nivelul salariului și de persoanele aflate în întreținere. Pentru venituri din salarii mai mari de 3000 lei nu se acordă deducere personală.

În tabelul de mai jos puteți observa nivelul deducerilor personale în funcție de numărul persoanelor aflate în întreținere și pentru venituri salariale mai mici de 1000 lei.

Salariu minim pe economie	670 lei
Deducere personală pentru venituri brute lunare mai mici de 1000 lei	
• fără persoane în întreținere	250 lei
• 1 persoana în întreținere	350 lei
• 2 persoane în întreținere	450 lei
• 3 persoane în întreținere	550 lei
• 4 persoane în întreținere	650 lei

Pentru salarii între 1 001 lei și 3 000 lei, deducerea personală se stabilește astfel:

$$\text{Deducere} = 250 \cdot (1 - (\text{venit brut} - 1\ 000)/2\ 000).$$

În firma de exercițiu, angajații nu au persoane în întreținere, iar veniturile salariale nu depășesc 1 000 lei, încadrarea fiind făcută în general la nivelul salariului minim pe economie, având în vedere nivelul de pregătire profesională (absolvenți de 10 clase).

Contabilitatea salariilor se ține cu ajutorul conturilor din clasa 4 a *Planului General de Conturi*, „Conturi de salarii”, grupele 42, 43, 44, care funcționează după regula conturilor de pasiv.

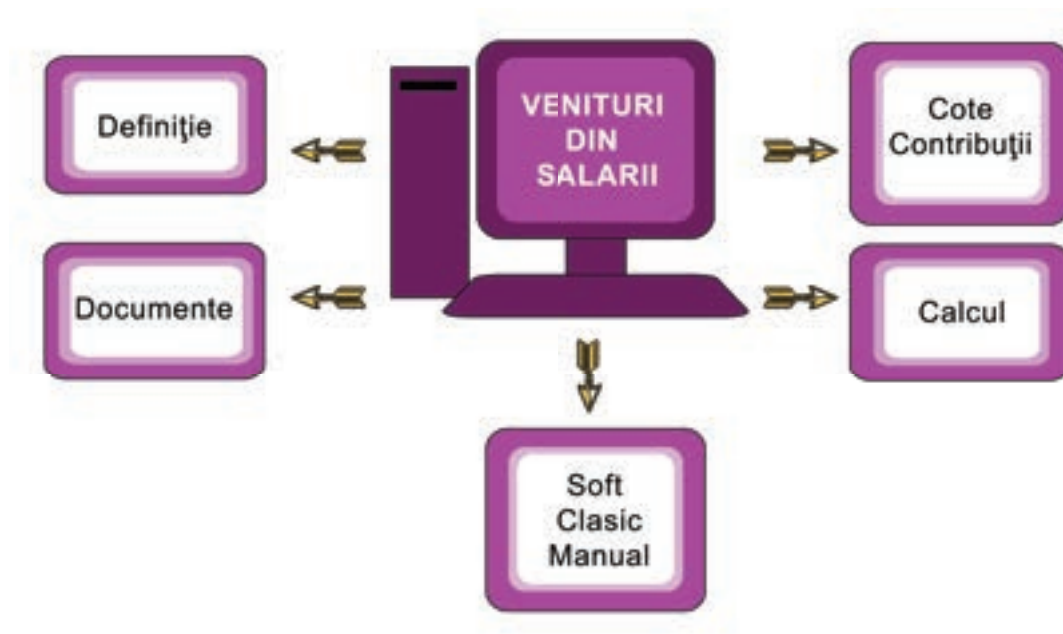
Mod de calcul: (pentru angajații FE)

- 1 Salariu de încadrare (negociat)
- 2 Sporuri, indemnizații (în firma de exercițiu nu avem)
- 3 Venit brut = 1 + 2
- 4 Contribuții sociale angajat
CAS = 10,5% • 3
CASS = 5,5% • 3
FS = 0,5% • 3
- 5 Venit net = 3 – 4
- 6 Deducere personală
- 7 Venit impozabil = 5 – 6
- 8 Impozit salariu = 16% • 7
- 9 Salariu net = 5 - 8



- În firma de exercițiu, contractul individual de muncă are o perioadă determinată (durata anului școlar), 3 ore/săptămână, la nivelul salariului negociat;
- Angajații din firma de exercițiu nu încasează bani în avans și nu au obligații sub formă de rate și chirii;
- Angajații firmei de exercițiu nu beneficiază de concedii medicale și concedii de odihnă;
- Cotele aferente fiecărui tip de contribuție se pot schimba, deci vă recomandăm să actualizați în permanență aceste date.

Venituri din salarii



STAT DE PLATĂ

Luna MARTIE, anul 200N.

Nr crt.	Nume și prenume	Funcția	Salariu încadrare	Sporuri, indemnizații	Venit brut	Rețineri			Venit net	Deducere personală	Venit impozabil	Impozit	Salariu net	Semnătura de primire
						CAS	CASS	FS						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	Ionescu Marian	Director general	800	0	800	84	44	4	668	250	418	67	601	
2	Stan Maria	Contabil	700	0	700	74	39	4	583	250	333	53	530	
Total			1 500		1 500	158	83	8	1 251	500	751	120	1 131	

Contribuții unitate:

Contribuția la asigurări sociale (CAS): 20,8%312.....

Fond de garantare pentru plata creanțelor salariale: 0,25%4....

Contribuția la asigurări sociale de sănătate (CASS): 5,2%78....

Fond pentru accidente de muncă și boli profesionale: 0,15% - 0,85% (în funcție de cod CAEN)3.....

Contribuția la fondul de șomaj (FS): 0,5%8.....

Concedii și indemnizații: 0,85%13.....

Conducătorul unității,

Conducătorul Departamentului financiar-contabil,

Întocmit,

C. Activitate practică

Denumire: Cât câștig eu în această lună?

Mod de lucru: Pe departamente

Resurse:

- de timp: 30 minute;
- materiale: calculator, consumabile, documente tipizate (stat de salarii).

Sarcini de lucru: Realizați statele de salarii pe o lună folosind atât varianta clasică, cât și varianta pe baza unui soft.

Recomandări:

- Indiferent de varianta în care lucrează, se întocmește statul de salarii pentru angajații departamentului;
- Se trage la sorți modul în care va lucra fiecare departament.

Instrumente de evaluare:

- Coordonatorul firmei de exercițiu va acorda feedback la sfârșitul activității pentru fiecare departament, feedback axat pe modul de utilizare al softului, pe modul de completare al documentelor și pe modul de lucru în echipa care formează departamentul;
- Situațiile listate și documentele completate se depun într-un portofoliu al departamentului, care va fi evaluat la sfârșitul semestrului pe baza criteriilor de evaluare ale unui portofoliu.

7.3. Rotația posturilor. Transferul cunoștințelor în firma de exercițiu

A. Noțiuni teoretice



La sfârșitul anului școlar (sau chiar în timpul acestuia) se poate realiza **rotația posturilor**, fapt ce necesită stabilirea unor proceduri de transfer al cunoștințelor.

Atât profesorii coordonatori, cât și angajații firmei de exercițiu cu mai multă experiență, se vor ocupa de pregătirea noilor angajați din departamente, vor participa la procesul de asimilare a cunoștințelor necesare desfășurării activității.

Pentru a se asigura **transferul** corect și complet al cunoștințelor către „o nouă generație de angajați”, se pot utiliza mai multe metode și instrumente, preluate din viața și activitatea firmelor reale.

1. Prezentarea activității firmei din cursul anului școlar viitorilor angajați. În cadrul acestor prezentări, se vizitează departamentele, se urmărește modul de lucru și circuitul documentelor, se face schimb de experiență între actualii și viitorii angajați din firmă.

2. Sesiuni de instruire susținute de către angajații care predau firma, cu anumite tematici: modul de desfășurare al tranzacțiilor, primirea – arhivarea documentelor, funcționarea programelor informatice/soft-ul de contabilitate, pregătirea participării la târguri, planul de afaceri, managementul calității etc.

3. Descrierea posturilor

În cadrul fiecărui departament, se va realiza o descriere schematizată dar completă a posturilor, pentru a prezenta succint activitățile și sarcinile fiecărui angajat, în vederea transferului eficient de cunoștințe.

4. Fișe de pregătire a personalului

Fiecare angajat va completa o fișă pentru pregătirea viitorilor colaboratori, în care se descriu sarcinile individuale, activitățile din departament, procedurile de lucru, modul de utilizare a echipamentelor electronice etc.

5. Folderul „Managementul cunoștințelor”

În laboratorul firmelor de exercițiu se lucrează, de regulă, în rețea, fapt ce permite accesul tuturor angajaților la informațiile sistematizate în foldere și fișiere.

Astfel, se pot organiza informațiile privind:

- organigrama/regulamentul de organizare și funcționare;
- fișele/ descrierile posturilor;
- machetele formularelor și ale documentelor (tipizate);
- descrierile proceselor economice și financiare;
- procedurile de lucru;
- programele de învățare.

6. Programe de învățare

Programele de învățare au ca scop însușirea individuală de către angajați a cunoștințelor necesare realizării sarcinilor specifice posturilor. Ele pot fi realizate de profesorul coordonator, împreună cu angajații firmei și se pot referi la:

- Cum se înregistrează comenzile și facturile de vânzare?
- Cum folosim un soft de contabilitate?
- Ce documente se folosesc în departamentul Resurse umane?
- Care sunt atribuțiile angajaților din departamentul Marketing?

7. Fișa de management al cunoștințelor

Acest document conține toate informațiile de interes general pentru angajați. În el pot fi salvate: datele de identificare a firmei de exercițiu, informații despre firma-mamă, adresele paginilor web importante (ROCT, ECONET), informații bancare, parole etc.

Rotația posturilor asigură:

- varietatea sarcinilor;
- reducerea monotoniei;
- excluderea rutinei;
- instruirea permanentă;
- flexibilitatea angajaților;
- identificarea „omului potrivit la locul potrivit”.

Se realizează astfel creșterea gradului de cunoaștere a conținutului diferitelor posturi, valorificarea aptitudinilor individuale și posibilitatea de înlocuire a unui angajat, când acesta lipsește.



Rotația posturilor transformă „specialiștii” în „generaliști”!

Programul de rotație a posturilor va avea succes dacă:

- are un set de obiective clare;
- se concentrează pe competențe cheie;
- are un sistem de măsurare a satisfacției;
- este orientat spre îmbunătățire, spre performanță.

Instrumente de lucru folosite în rotația posturilor, în firma de exercițiu

a) Plan de rotație succesivă a posturilor

Pentru ca rotația posturilor să se realizeze în condiții optime și să aibă eficiența scontată (să asigure atingerea obiectivelor) este necesară elaborarea unui plan de rotație a posturilor de la începutul activității într-o firmă de exercițiu.

b) Listă de verificare pentru rotația posturilor

După realizarea rotației posturilor ne putem întâlni cu situația în care angajații nu pot îndeplini toate sarcinile specifice posturilor, pentru că anterior nu au fost pregătiți suficient. Pentru a asigura o mai mare rigurozitate a procesului, se pot folosi liste de verificare pentru rotația posturilor/proces verbal de predare. În acest document, sunt înscrise toate măsurile de pregătire necesare și se confirmă prin semnăturile celor două părți implicate în proces.

c) Mapele departamentelor

Înainte de realizarea rotației posturilor, în cadrul fiecărui departament, se realizează o organizare a documentelor întocmite până în acel moment într-un biblioraft al departamentului, care se predă coordonatorului firmei de exercițiu. Profesorul coordonator al firmei de exercițiu prelucrează documentele predate, le corectează și face observații privind modul de realizare a sarcinilor viitoare de lucru. Astfel, angajații pot ști dacă au lucrat corect, iar profesorul coordonator al firmei de exercițiu are o imagine completă asupra activităților realizate.



Mapele departamentelor sunt instrumente utile de lucru, de păstrare și transmitere a informațiilor între angajați.

d) Platformele de comunicare

Utilizarea platformelor de comunicare este recomandată în cadrul activității firmelor de exercițiu, deoarece permite distribuirea sarcinilor individuale/colective de lucru, realizarea documentelor de lucru, transmiterea feedback-ului, solicitarea de instrucțiuni suplimentare, verificarea modului de îndeplinire a sarcinilor.

Activitatea de rotație a posturilor se va realiza de către departamentul resurse umane, împreună cu managerul firmei și va fi coordonată de profesorul coordonator al firmei de exercițiu.

B. Exemple de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Planul de rotație a posturilor pentru FE KULTUR BIO SRL

Nr. crt.	Perioada rotației/ data	Departamentul	Postul supus rotației	Modul de realizare a rotației posturilor (prin menținerea sau nu pe post a unui elev în cadrul departamentului și rotirea doar a celorlalte posturi din departament) și etapele rotației	
1	15.09.201N-25.09.201N	Resurse umane	Inspector resurse umane	Cu menținerea managerului de resurse umane pe post	Etapele rotației posturilor
	16.09.201N				Publicarea postului
	19.09.201N				Selectarea personalului
	20.09.201N				Efectuarea transferului de cunoștințe
	21.09.201N				Efectuarea transferului logistic și al bazei de date
	22.09.201N				Întocmirea procesului verbal de predare-primire
	23.09.201N				Instruirea
	24.09.201N				Evaluarea
2	15.09.201N-25.09.201N	Contabilitate	Economist	Cu menținerea managerului departamentului pe post	Etapele rotației posturilor

Proces-verbal de predare a FE KULTUR BIO SRL

F.E. KULTUR BIO	
Listă de verificare pentru rotația posturilor	
Proces verbal de predare	
Departament	Predat ...
Data predării	
Sarcini	Rezolvat
Explicarea conținutului folderelor/ fișierelor	
Introducerea în baza de date a departamentelor	
Prezentarea domeniilor de competență (conform fișelor posturilor)	
Modalități de desfășurare a activităților specifice	
Prezentarea tuturor activităților desfășurate până acum (documente, situații)	

Sarcini	Rezolvat
Explicarea exactă a activităților în curs de realizare/rămase de realizat	
Prezentarea formularelor de lucru specifice	
Explicarea detaliată a standardizării (fișa de pregătire a personalului, programul de învățare, intranet etc.)	
Explicarea modului de funcționare a aparaturii tehnice (ex.: scanner, fax, imprimantă, telefon)	
Identificarea celor mai importante departamente partenere (relații de subordonare, comunicare, cooperare)	
Răspunsuri la întrebările formulate	
Acordarea de ajutor și propuneri de rezolvare pentru probleme deja cunoscute	

Prin prezenta, angajatul care predă postul, confirmă că a realizat în detaliu toate sarcinile descrise mai sus, pentru a se realiza desfășurarea în bune condiții a rotației posturilor.

Prin prezenta, angajatul care preia postul, confirmă că a înțeles toate sarcinile descrise mai sus și că a primit toate informațiile necesare pentru a-și desfășura activitatea în continuare în departament.

Predare (și instruire) de către: _____
Predare (lui): _____

**Fișă de pregătire
a personalului
pentru
departamentul
Resurse umane:**

Departamentul Resurse umane este responsabil pentru următoarele activități:

- Realizarea dosarelor de personal;
- Stabilirea duratei timpului de lucru lunar;
- Completarea contractelor individuale de muncă;
- Stabilirea nevoilor de instruire / perfecționare;
- Administrarea dosarelor de personal;
- Elaborarea statelor de plată și a fluturașilor de salarii ;
- Administrarea contului bancar pentru personal;
- Derularea cumpărăturilor efectuate de personal.
- Participarea la evaluarea activității elevilor;
- Redactarea unor rapoarte final;
- Rotația periodică a posturilor;
- Predarea locului de muncă.

C. Activitate practică

Denumire: Realizarea procesului-verbal de rotație a posturilor

Mod de lucru:

- individual – fiecare angajat din FE își întocmește propriul proces-verbal de rotație a postului;
- pe echipe – în cadrul departamentelor se elaborează procesele-verbale corespunzătoare pentru rotația posturilor.

Resurse:

- de timp: 1 oră;
- materiale: PC conectat la Internet, consumabile, imprimantă, modele de fișe de post, procese-verbale de rotație a posturilor.

Sarcini de lucru:

- Actualizați-vă cunoștințele legate de sarcinile, competențele și responsabilitățile unui post din FE;
- Redactați procesul-verbal de rotație a posturilor/predarea locurilor de muncă;
- Analizați gradul de cunoaștere al sarcinilor specifice posturilor.

Proces-verbal de rotație a posturilor/predare a locurilor de muncă

Numele persoanei care realizează instruirea:

Numele persoanei instruite:

Data predării locului de muncă:

Locul de muncă:

Reflecțați, discutați și răspundeți la următoarele puncte:	
Ce activități trebuie să fie soluționate?	
Ce responsabilitate are departamentul, respectiv ce obiective trebuie îndeplinite?	
Ce lucrări deschise au fost discutate?	
Ce descrieri de procese, modele și elemente prestabilite au fost discutate?	
Propuneri de îmbunătățire pe care ar trebui să le luăm în considerare	

Nume:

Dată:

Instrumente de evaluare: Fișa de observare

7.4. Documente utilizate în activitățile specifice departamentului resurse umane; circuitul documentelor și arhivarea acestora

A. Noțiuni teoretice

Într-o firmă de exercițiu, la fel ca într-o firmă reală, la departamentul Resurse Umane se primesc, se elaborează și se arhivează o serie de documente specifice, conform prevederilor legale în vigoare.

Se pot enumera astfel câteva activități **generatoare de documente:**

- întocmirea documentelor necesare angajării (contracte de muncă, fișe personale, fișe medicale etc.);
- elaborarea și actualizarea fișelor de post;
- întocmirea documentelor necesare evidenței timpului lucrat (condica de prezență, foaia colectivă de prezență);
- redactarea și centralizarea fișelor de evaluare a activității;
- realizarea statelor de plată a salariilor și a documentelor complementare (fluturași de salarii, declarații lunare pentru impozite și taxe: CAS, CASS, Fond șomaj și ITM);
- transmiterea documentelor justificative pentru înregistrare în contabilitate;
- administrarea bazei de date a personalului;
- gestionarea și arhivarea dosarelor de personal.



Circuitul documentelor în cadrul departamentului Resurse umane poate fi prezentat simplificat astfel, cu mențiunea că și în firmele de exercițiu poate fi aplicată varianta arhivării documentelor în format electronic, pentru a reduce dimensiunea arhivei și pentru a asigura accesul rapid la informații.



Circuitul documentelor în firma de exercițiu

Nr. crt.	Simbol document	Document	Departamente destinate/ expeditor	Denumire dosar arhivare	Observații
1	SI	Scrisoare de intenție	Candidați	RPER (Registrul personal) + DPERS	
2	CV	Curriculum vitae	Candidați	RPER (Registrul personal) + DPERS	
3	CIM	Contract individual de muncă	Candidați + Departament Resurse Umane	DPERS (dosar personal)	
4	FP	Fișa postului	Candidați + Departament Resurse Umane	DPERS (dosar personal)	
5	FIPM	Fișa individuală de protecție a muncii	Candidați + Departament Resurse Umane	RFPM (Registrul fișelor de protecția muncii) + DPERS	
6	CPREZ	Condica de prezență	Departament Resurse Umane	DFPREZ (Dosar fișe colective de prezență)	
7	SPS	Statul de plată a salariilor	Birou contabilitate	DSPS (Dosar state de salarii)	

B. Sugestii metodice

Se pot utiliza tehnicile de creativitate din *Ghidul metodologic* de la capitolul „Instrumente”.

Bibliografie

1. Lefter, Viorel; Marinaș, Cristian; Nica, Elvira – *Fundamente ale managementului resurselor umane*, București, Editura Economică, 2007.
2. Manolescu, Aurel – *Managementul resurselor umane*, București, Editura Economică, Ediția a 4-a, 2003.
3. Nicolescu, Ovidiu – *Managerii și managementul resurselor umane*, București, Editura Economică, 2004.
4. Roșca, Constantin; Vărzaru, Mihai; Roșca, Ion Gh. – *Resurse umane – Management și gestiune*, București, Editura Economică, 2005.





Departamentul secretariat și procesele aferente

Motto: „Un loc pentru fiecare lucru și fiecare lucru la locul său.”

Motivație: Departamentul secretariat este unul dintre cele mai importante locuri de muncă în cadrul unei firme. În firma de exercițiu, acesta are funcții și roluri multiple, deoarece presupune un complex de activități și tehnici de lucru specifice (activități de documentare, corespondență, protocol, arhivare de documente).

Competențe și obiective

COMPETENȚE DIN FIRMA DE EXERCIȚIU	COMPETENȚE SPECIALIZATE
<ul style="list-style-type: none"> • Traduce din și în limbi de circulație internațională • Redactează, clasează și arhivează corespondența • Utilizează aplicații software (Microsoft Office, Internet) pentru redactarea documentelor de secretariat (rapoarte, dări de seamă, broșuri, referate etc.) • Organizează agenda zilnică a șefului ierarhic • Planifică eficient timpul (managementul timpului) 	<ul style="list-style-type: none"> • Organizează activitatea de protocol pentru ședințe, conferințe, întâlniri de afaceri • Supraveghează personalul administrativ, curieri, personal de serviciu • Analizează și evaluează activitatea de secretariat. • Promovează imaginea firmei • Comunică în situații diferite respectând regulile de deontologie profesională
OBIECTIVE PEDAGOGICE	OBIECTIVE ECONOMICE
<ul style="list-style-type: none"> • Să dezvolte competențe personale (eficiența la locul de muncă, flexibilitatea, proactivitatea, orientarea spre rezultate, seriozitatea, comportamentul adecvat, dorința de a învăța continuu, managementul timpului) cu scopul eficientizării activității la nivel de firmă • Să dezvolte competențe sociale (comunicare interpersonală, lucru în echipă, rezolvarea de probleme, leadership) pentru dezvoltarea activității profesionale 	<ul style="list-style-type: none"> • Să eficientizeze activitatea la locul de muncă printr-o bună gestionare a resurselor • Să dezvolte calități de vorbire și redactare cu respectarea formelor și formulilor de politețe • Să utilizeze corect metode și tehnici de scriere, citire, codificare, clasare, tehnoredactare, baze de date, poștă electronică • Să întocmească lucrări de secretariat și corespondență

- Conținuturi tematice:**
- 8.1.** Atribuțiile departamentului secretariat
 - 8.2.** Comunicarea în firma de exercițiu. Managementul informației și al comunicării (corespondența clasică, e-mail, semnătură)
 - 8.3.** Documentele utilizate în activitățile specifice departamentului secretariat; circuitul documentelor și arhivarea acestora

8.1. Atribuțiile departamentului secretariat

A. Noțiuni teoretice

Caracteristici esențiale ale ocupației de secretar:

- apariția și funcționarea, întotdeauna, pe lângă factorii de decizie din cadrul unei firme;
- la baza acestei activități a stat prelucrarea informației scrise;
- confidențialitatea a constituit o cerință esențială sub aspect deontologic.

În firma de exercițiu, **departamentul secretariat** este considerat a fi o interfață între directorul firmei și celelalte departamente, dar și între firma de exercițiu și celelalte firme de exercițiu din mediul extern. **Secretariatul** este un auxiliar direct și indispensabil al conducerii firmei, având ca sarcină degrevarea acesteia de unele activități, cu scopul creării condițiilor necesare realizării principalelor sale funcții.



În firma de exercițiu, departamentul secretariat preia o serie de atribuții privind personalul, activități administrative, activități de relații cu publicul.

Atribuțiile departamentului secretariat în firma de exercițiu:



- executarea activităților de registratură ale firmei de exercițiu (sortare, înregistrare, datare, distribuire, arhivare);
- expedierea la ROCT a formularelor de înregistrare/reînregistrare a firmei de exercițiu;
- redactarea materialelor elaborate la cerere sub formă de: tabele, scheme, statistici, prezentări etc.;
- clasarea documentelor;
- organizarea și asigurarea unei bune funcționări a arhivei;
- primirea, datarea, înregistrarea, distribuirea corespondenței primite, precum și pregătirea corespondenței pentru expediere;
- programarea ședințelor în agenda de lucru a managerului și întocmirea rapoartelor;
- organizarea întrunirilor în cadrul firmei de exercițiu;
- multiplicarea materialelor;
- traducerea documentelor în cazul tranzacțiilor cu firmele de exercițiu din străinătate;
- primirea vizitatorilor și a partenerilor de afaceri;
- documentarea în ceea ce privește regulile de relații cu publicul și protocol;
- evidența necesarului de consumabile și de personal;
- primirea, prelucrarea și transmiterea informațiilor;
- folosirea aparaturii de birou;
- respectarea disciplinei muncii.

În vederea angajării în cadrul departamentului secretariat, trebuie să se țină cont și de:

- gradul de pregătire – de bază și de specialitate – experiența acumulată și manifestată;
- gradele de dificultate și de risc pe care le presupune executarea funcției;
- priceperea de a lucra cu aparatura modernă din dotare (calculator, copiatoare, telefon, fax etc.);
- cunoașterea și practicarea curentă a unei limbi de circulație internațională.



În firma de exercițiu, departamentul secretariat realizează o activitate adaptată perioadei de evoluție a firmei de exercițiu.

Activități ale departamentului de secretariat adaptate la evoluția firmei de exercițiu

Activități realizate la începutul activității	Activități realizate în mod curent	Activități realizate la predarea firmei
<ul style="list-style-type: none"> • Participare la elaborarea viziunii firmei de exercițiu; • Conlucrare la stabilirea obiectivelor anuale; • Elaborarea unor formulare personalizate sau preluarea modelelor deja existente (hârtie cu antet; modele de e-mail; comandă; confirmare de comandă; notă telefonică etc); • Transmiterea modificării datelor firmei de exercițiu către ROCT; • Crearea unui dosar care să conțină un istoric al firmei, departamentele care compun structura organizatorică, organigrama firmei și fișele de post; • Stabilirea de contacte cu firma parteneră. 	<ul style="list-style-type: none"> • Procesarea intrărilor și ieșirilor corespondenței; • Stabilirea de contacte noi cu ceilalți parteneri de pe piața firmelor de exercițiu; • Folosirea internetului pentru transmiterea răspunsurilor spre mediul extern al firmei, pentru distribuirea e-mailurilor primite și căutarea de informații; • Primirea partenerilor de afaceri și a persoanelor externe școlii, cu ocazia unor întâlniri fixate pentru diverse evenimente; • Achiziționarea și administrarea materialelor de birou; • Administrarea și actualizarea continuă a bazei de date; • Întocmirea de procese verbale cu diferite ocazii; • Utilizarea telefonului și a faxului; • Organizarea arhivei; • Administrarea agendei managerului. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizarea unui raport cu privire la modul în care au fost realizate obiectivele; • Transmiterea unei liste cu propuneri pentru activitatea viitoare; • Redactarea unui raport final; • Predarea locului de muncă.

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Realizarea fișei postului secretariat - administrativ în firma de exercițiu FE KULTUR BIO SRL

FIȘA POSTULUI

I. Descrierea postului

- 1. Denumire post:** Secretar
- 2. Departamentul:** Secretariat – Administrativ
- 3. Titular:** P.I
- 4. Nivelul ierarhic:** 1
- 5. Ponderea ierarhică:** 0
- 6. Relații organizatorice:**
 - **de autoritate:**
 - ierarhice

- **de subordonare față de manager:**
 - funcționale:
 - cu departamentul aprovizionare-desfacere pentru confirmarea evidenței stocurilor;
 - cu departamentele de marketing și resurse umane.
- **de cooperare:**
 - cu toți angajații firmei situați pe același nivel ierarhic.
- **de reprezentare:**
 - intermediază relația dintre firma de exercițiu și firma mamă, ROCT, concurența, partenerii de afaceri etc.

7. Obiective individuale:

Funcția presupune participarea la diferite activități organizate de conducere, consemnarea lucrărilor respective, preluarea, plasarea și arhivarea documentelor, evidența rezultatelor etc.

8. Atribuții, sarcini, responsabilități:

- **Procesarea intrărilor:** înregistrarea în registrul intrări a corespondenței primite, transmiterea acestora către departamente, accesarea e-mail-urilor;
- **Procesarea ieșirilor:** înregistrare în registrul de ieșire a corespondenței expediate, controlul acestora;
- **Direcționarea mesajelor telefonice, transmiterea/primirea faxurilor,** a e-mail-urilor, căutarea de informații pe internet sau din alte surse de informații;
- **Administrarea și achiziționarea de materiale de birou;**
- **Stabilirea de contacte** cu firme de exercițiu, firme partenere noi, firma mamă, mass-media etc.;
- **Organizarea de ședințe, consfătuiri, conferințe:** calendar termene și întâlniri, elaborare liste participanți, anunțarea acestora;
- **Întocmirea și administrarea de formulare și modele:** antet; prima pagină fax; factură, comandă, notă telefonică, adeverință etc.;
- **Primirea vizitatorilor:** oficii de protocol și furnizarea de informații;
- **Întocmirea proceselor verbale;**
- **Întocmirea bazei de date** de adrese și actualizarea acestora. Utilizare telefon, fax, copiator;
- **Organizarea arhivei,** prin folosirea de mape pentru îndosariere foi volante, dosare cu șină, bibliorafturi, CD-uri, filme etc;

II. Cerințele postului

1. Competențe profesionale:

- **Pregătire:** studii medii;
- **Experiență:** minim 6 luni;
- **Cunoștințe:** operare PC;
- **Calități și aptitudini:**
 - gândire logică, memorie, capacitate de analiză și sinteză;
 - capacitate de a prelucra informațiile, de a le interpreta și de a le valorifica, prin furnizarea de date prelucrate altor factori decizionali;
 - corectitudine, tenacitate, seriozitate, atitudine principală în relațiile cu oamenii.

2. Competențe manageriale:

- **Cunoștințe:** nu este cazul;
- **Calități și aptitudini:** spirit organizatoric, comunicare eficientă.

3. Cerințe specifice postului:

- **Cunoștințe PC:** MS-Office, Poștă electronică, Internet;
- **Spirit organizatoric, meticulozitate;**
- **Studii de specialitate.**

C. Activitate practică

Denumire: Optimizarea activității de secretariat

Mod de lucru: Pe echipe

Resurse:

- de timp: 50 minute;
- materiale: flipchart, post-it-uri, carioci.

Sarcini de lucru:

- Identificați activitățile specifice departamentului secretariat;
- Specificați documentele necesare în departamentul secretariat;
- Corelați activitățile cu documentele necesare activității de secretariat.

Recomandări:

- Folosirea fișei de post specifică departamentului secretariat;
- Documentare la firma mamă.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Nume și prenume angajat al FE: _____

Departament: _____

Nr. crt.	Criterii	Nesatisfăcător (<5)	Satisfăcător (5-6)	Bine (7-8)	Foarte bine (9-10)
1	Identificare activități în departamentul secretariat	Majoritatea câmpurilor rămase necompletate	5-6 câmpuri rămase necompletate	3-4 câmpuri rămase necompletate	Toate câmpurile completate
2	Corectitudinea documentelor utilizate	Erori grave	3-4 omisiuni	1-2 omisiuni	Fișă realizată corect
3	Corelare activități cu documente	Erori grave	3-4 omisiuni	1-2 omisiuni	Fișă realizată corect
4	Corectitudinea exprimării/ limbaj de specialitate adecvat	Greșeli care denaturează mesajul	3-4 greșeli care nu denaturează mesajul	1-2 greșeli care nu denaturează mesajul	Limbaj profesional fără greșeli de exprimare

8.2. Comunicarea în firma de exercițiu. Managementul informației și al comunicării (corespondența clasică, e-mail, semnătură)

A. Noțiuni teoretice

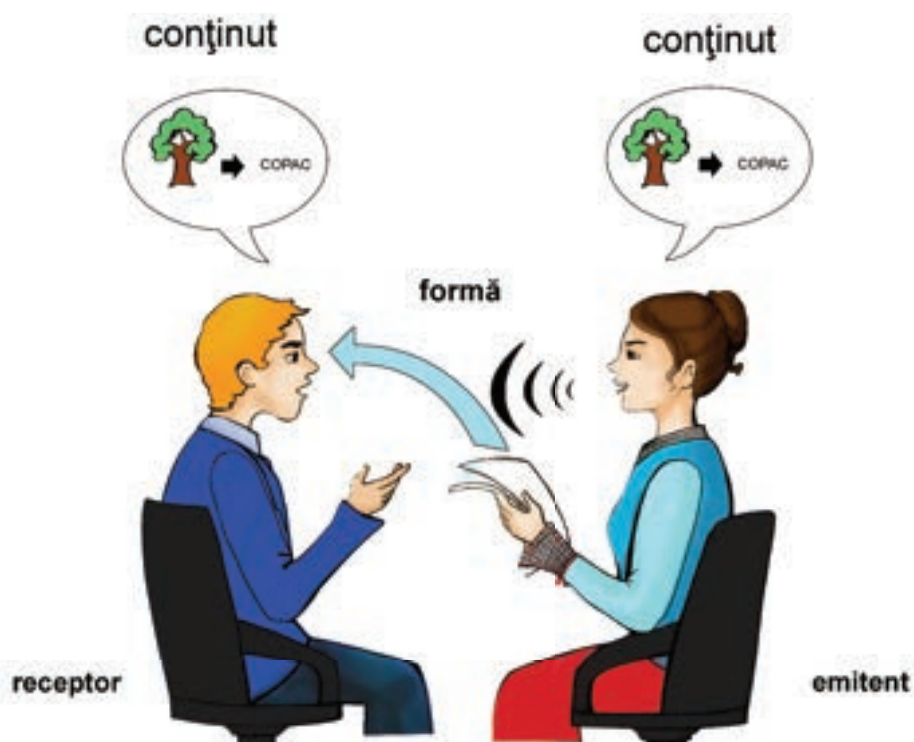
Comunicarea în firma de exercițiu

„Comunicăm permanent și totuși, atât de puțin...!”

Comunicarea este multiplă:

- verticală, orizontală, laterală;
- orală, scrisă, ascultare, citire;
- interpersonală, intrapersonală, interorganizațională, intraorganizațională etc.

Categorii de relații stabilite în firma de exercițiu



Angajatul firmei de exercițiu pe postul de secretar/ă, prin atribuțiile specifice, se află în contact permanent nu doar cu ceilalți angajați din firma de exercițiu, ci și cu un număr mare de persoane din mediul extern al firmei (partenerii de afaceri, firma mamă, școala, vizitatorii etc.).

Un element important pentru profesia de secretar/ă este abilitatea de a lucra în echipă și de a comunica permanent cu oamenii.

Categorii de relații stabilite în firma de exercițiu



Relații stabilite în firma de exercițiu

Secretariat – Manager	Secretariat – alte departamente
Caracteristici: <ul style="list-style-type: none"> • Respect reciproc • Încredere • Concizie • Inițiativă • Confidențialitate 	Caracteristici: <ul style="list-style-type: none"> • Promptitudine • Colaborare • Reciprocitate • Motivație • Seriozitate



Comunicarea permanentă în firma de exercițiu este cheia multor satisfacții personale și ale membrilor echipei din care face parte angajatul!

Organizarea ședințelor este sarcina departamentului secretariat.

În firma de exercițiu, ședințele periodice sunt gestionate de departamentul de secretariat.

**Chestionar:
Cât de eficiente
sunt ședințele
în firma
de exercițiu?**

De multe ori nu ne este clar de ce ne întâlnim.	1	2	3	4	5
Nu ne pregătim suficient pentru ședințe.	1	2	3	4	5
Controlăm prea puțin progresele realizate în timpul ședinței.	1	2	3	4	5
Termenele ședințelor nu sunt respectate.	1	2	3	4	5
Adesea se pierde sau se uită idei sau argumente.	1	2	3	4	5
Nu ne punem de acord asupra punctelor prioritare ale ordinii de zi.	1	2	3	4	5
Divagăm de multe ori.	1	2	3	4	5
Concentrarea angajaților lasă de multe ori de dorit.	1	2	3	4	5
În timpul ședințelor iau cuvântul mereu aceleași persoane.	1	2	3	4	5
Angajații divaghează de la firul conducător.	1	2	3	4	5

**Cum eficientizăm
ședințele în firma
de exercițiu?**

- **Ordinea de zi** are următoarele puncte de bază:

I – Informarea	SP – Soluționarea problemelor	D – Decizia
Acest punct din ordinea de zi servește informării angajaților asupra problemelor.	Se încearcă soluționarea problemelor. În caz de nereușită se propun soluții și termene pentru ședința următoare.	Scopul acestui punct al ordinii de zi este luarea deciziilor. Sarcinile de lucru se preiau în planul de măsuri.

- **Memoratul de teme/activități** cuprinde toate temele care nu sunt pe ordinea de zi, de ex.: actualizarea contractului de închiriere spațiu firmă, participarea la târguri, felicitările de sărbători etc.
- **Planul de măsuri indică exact CINE face? CE face?, PÂNĂ CÂND face? și CUI predă?**

Planul de măsuri				
TEMA	CINE?	CE?	PÂNĂ CÂND?	CUI?
Înscriere târg	PI	Formulare	01.03.20NN	Manager

2. Managementul informației și al comunicării
(corespondența clasică, e-mail, semnătură)

Sistemul informațional managerial asigură circulația informației între diferitele componente organizatorice ale firmei de exercițiu, potrivit obiectivelor acestora.



Pentru o mai bună comunicare și pentru desfășurarea optimă a activității în cadrul firmei de exercițiu, se recomandă dotarea cabinetului cu calculatoare, surse de generare și stocare de informații.

INFORMAȚIA trebuie:

- să fie exactă și completă;
- să fie furnizată la timp;
- să corespundă atât cantitativ, cât și calitativ;
- să fie transmisă pe canalul adecvat;
- să fie prezentată într-o formă accesibilă.

Fluxul informațional în firma de exercițiu



Fluxuri de informații în departamentul Secretariat

Secretariat – informații flux ascendent	Secretariat – informații flux descendent
<ul style="list-style-type: none"> • prevederi de acte cu caracter normativ; • prezentarea notelor de comunicări telefonice; • comunicări verbale personale sau prin e-mail; • extrase din acte și corespondența clasată sau arhivată; • prezentarea corespondenței primite; • prezentarea rapoartelor, a referatelor, a informărilor cu privire la situații existente sau trecute; • prezentarea unor situații statistice însumate sau prelucrate sub forma unor grafice. 	<ul style="list-style-type: none"> • activitatea de redactare de ordine, dispoziții, circulare; • transmiterea orală a unor decizii, personal sau prin telefon, celor care trebuie să le execute; • note scrise de conducere, cu indicații pentru efectuarea unor lucrări, constituind decizii asupra modului de rezolvare a unor probleme.



- În relațiile cu firmele de exercițiu partenerie este foarte important modul în care comunică!
- În activitatea curentă a firmei de exercițiu, se folosește preponderent corespondența clasică și electronică.

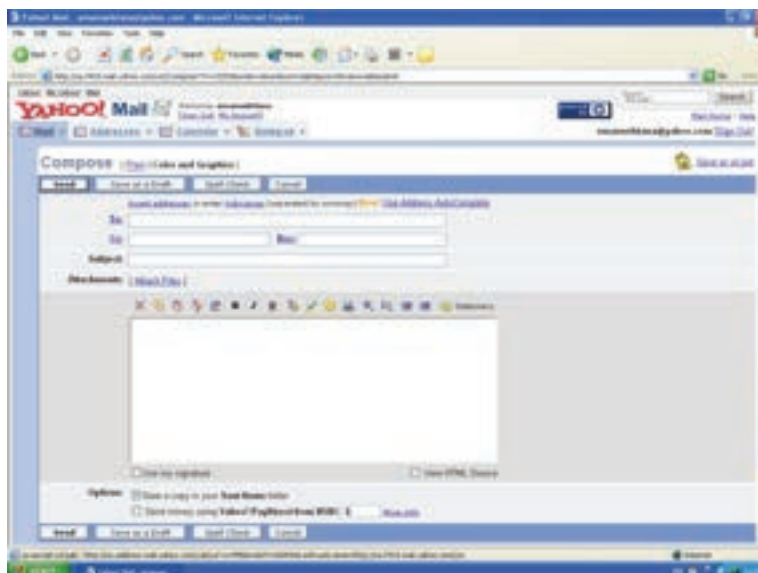
1. Corespondența clasică

Scrisoarea comercială conține: antetul, numărul și data, referințele, adresa destinatarului, formula de salut, formula de adresare, obiectul scrisorii, conținutul, formula de încheiere, formula de salut, semnătura, referiri, anexe.

Antetul are funcție de identificare, informare și de publicitate și poate cuprinde:

- elementul grafic (sigla sau logo-ul);
- denumirea societății;
- forma sa juridică;
- adresa și sediul central (se indică strada, numărul, localitatea, codul poștal, țara);
- numărul de înregistrare la Registrul Comerțului;
- codul fiscal;
- contul bancar și banca unde firma are deschis contul respectiv;
- numărul de telefon, precedat de prefixul orașului, eventual și cel al țării (în cazul corespondenței cu partenerii străini);
- numărul de fax;
- e-mail-ul.

2. Scrisoarea electronică este un mesaj format din antet, corp și semnătură.



Antetul (header) este o secvență standard de informații (destinatar, autor, subiect, ora transmisiei) cu care începe mesajul poștal.

Informațiile care trebuie precizate de utilizator:

- **To:** (adresa de e-mail a destinatarului);
- **Subject:** (în câteva cuvinte este descris subiectul scrisorii);
- **Cc:** carbon copy (lista destinatarilor mesajului atunci când același mesaj este transmis mai multor destinatari, fiecare dintre ei primind o copie a mesajului, iar în antet apare și lista celorlalți destinatari);
- **Bcc:** blind carbon copy (lista destinatarilor care vor primi o copie a mesajului, fără să cunoască ceilalți destinatari – în antet nu mai este afișată lista destinatarilor).

Mesajul propriu-zis (body) poate fi redactat cu ajutorul unui editor sau procesor de texte și apoi este fie selectat în aplicația cu care a fost creat și transferat în zona de memorie **Clipboard** (operația **Copy** sau **Cut**) și inserat în mesajul electronic (operația **Paste**), fie atașat mesajului ca fișier (operația **File attachment**, care este disponibilă în marea majoritate a programelor de poștă electronică).

În general, programele de poștă electronică au propriul editor de texte cu care poate fi scris mesajul, iar ultimele versiuni de programe de poștă electronică permit inserarea în mesaje a informațiilor reprezentate în format multimedia și a secvențelor html la fel ca orice pagină Web.

Semnătura (signature) este o secvență standard de informații (autor, domeniile sale de interes, afilieri) care se adaugă automat la sfârșitul mesajului poștal.

B. Exemple de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Modele de formulare, redactate de secretariatul FE KULTUR BIO SRL:

1. Agenda electronică Model A

Notă telefonică nr din

Pentru

Numele solicitantului

Numele, adresa și numărul de telefon/fax al firmei

A telefonat va reveni dorește să vadă.....

Vă rog să sunați va trece pe aici problemă urgentă

Conținutul mesajului

Data ora

Cine transmite

Cine primește

2. Agendă electronică MODEL B

DI

În timp ce erați plecat

DI

De la FE xxxxxxxxxxxxxxxx

Nr. telefon 0XX/XXXX

A telefonat

A trecut pe aici

Dorește să vă vadă

Dorește să vorbească cu altcineva

Rugăm sunați

Va reveni

Urgent

Lasă un mesaj

Mesajul: DI. XXXXXXXX este interesat de oferta firmei noastre și dorește să încheie un contract de parteneriat reciproc avantajos.

Data: ZZ/LL/AAAA

Mesaj primit de: XXXXXXXXXXXX

3. Model de tabel vizitatori la târg

Nr. crt.	Firma de exercițiu	Nume angajat/ vizitator	Funcția deținută în firmă	Date contact firmă

4. Model de registru corespondență intrări/ieșiri

Nr. înregistrare	Data înregistrării	Nr. și data documentului	Conținutul pe scurt al documentului	De unde provine documentul	Compartimentul căruia i s-a repartizat documentul și semnătura de primire	Data expedierii	Destinatar	Nr. de înreg. la care se conex. doc. și indic. dos.

C. Activitate practică

Denumire: Realizarea foii personalizate a firmei de exercițiu

Mod de lucru: Individual, în cadrul departamentului

Resurse:

- de timp: 20 minute;
- materiale: hârtie, imprimantă, calculator.

Sarcini de lucru:

- Identificați tipurile de corespondență în care se folosește antetul firmei de exercițiu;
- Specificați elementele de conținut ale antetului;
- Realizați foaia personalizată a firmei de exercițiu.

Recomandări:

- Optimizarea activității de secretariat;
- Aprofundarea regulilor de redactare a corespondenței;
- Documentare la firma mamă.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Nume și prenume angajat al FE: _____

Departament: _____

Nr. crt.	Criterii	Nesatisfăcător (<5)	Satisfăcător (5-6)	Bine (7-8)	Foarte bine (9-10)
1.	Identificare tipuri corespondență	Majoritatea câmpurilor rămase necompletate	5-6 câmpuri rămase necompletate	3-4 câmpuri rămase necompletate	Toate câmpurile completate
2.	Elemente de conținut ale antetului	Erori grave	3-4 omisiuni	1-2 omisiuni	Elemente de conținut realizate corect
3.	Realizarea foii personalizate pentru firma de exercițiu	Erori grave	3-4 omisiuni	1-2 omisiuni	Foai personalizată realizată corect
4.	Corectitudinea exprimării/limbaj de specialitate adecvat	Greșeli care denaturează mesajul	3-4 greșeli care nu denaturează mesajul	1-2 greșeli care nu denaturează mesajul	Limbaj profesional fără greșeli de exprimare

8.3. Documentele utilizate în activitățile specifice departamentului secretariat; circuitul documentelor și arhivarea acestora

A. Noțiuni teoretice

Departamentul de secretariat al firmei de exercițiu utilizează următoarele **documente**:

- **condica de prezență**, completată la fiecare întâlnire, de către toți angajații firmei de exercițiu;
- **adresele**, materiale de corespondență simple folosite de regulă pentru însoțirea unor materiale mai ample;
- **notele interne**, adresate angajaților din cadrul firmei de exercițiu;
- **dărilor de seamă**, concepute de managerul firmei de exercițiu, șefii de departamente și reproduse de secretariat;
- **procesele-verbale**, elaborate de angajații desemnați din cadrul firmei de exercițiu și redactate de secretariat;
- **informările**, întocmite de diferiți angajați și redactate de secretariat;
- **rapoartele și referatele**, redactate de secretariat (excepție se face atunci când acestea privesc propriul departament).



La diverse evenimente ale firmelor de exercițiu, departamentul secretariat colaborează cu departamentul de marketing, pentru conceperea de: invitații, programe, afișe, ecusoane, liste, tabele etc.

Standardizarea documentelor din firma de exercițiu ajută la:

- elaborarea proceselor din firmă;
- respectarea termenelor;
- rotația posturilor;
- eficientizarea activității în firma de exercițiu.

Angajații firmei de exercițiu pot realiza (sau pot stabili în ROF) o procedură privind circuitul documentelor departamentului secretariat.

Arhivarea documentelor în firma de exercițiu

DE CE este important să arhivăm documentele firmei de exercițiu?

CUM se face arhivarea?

Întocmirea catalogului de documente ajută la reținerea treptelor de registratură (locul de păstrare a actelor), cât și a termenelor de păstrare. Este foarte utilă arhivarea documentelor sub formă electronică.



Exemplu de catalog de documente

Tip document	Frecvența accesului / loc păstrare			Responsabil
	Mare În birou (verde)	Medie Registratură (albastru)	Mică Arhivă (roșu)	
Documente înregistrare firmă ROCT	Permanent			Dep. secretariat
Oferte diverse			1 lună (sau cât este valabilă oferta)	Dep. comercial

Alocarea de culori treptelor de registratură:

- verde – acces frecvent/ birou;
- albastru – acces mediu/ registratura intermediară;
- roșu – acces rar/ arhivă;
- negru – distrugere.



Arhivați periodic documentele!

Număr curent	Denumirea actului	Data arhivării de la – până la

Arhivarea documentelor în firma de exercițiu:

Verificați întâi	Rezultatul	Apoi acțiunea
1. Pentru cine este important?	Pentru alții Pentru mine	Se transmite imediat mai departe; dacă este necesar: notă de control. Vezi 2!
2. Termenul?	Da Nu	Se notează, apoi 3 Vezi 3!
3. Acțiunea este necesară?	Da Nu	Planificare/ execuție, apoi 4 Vezi 4!
4. Valoarea informației?	Da Nu	Stabilirea termenului de păstrare și arhivare Vezi 5!
5. Termenul legal? Termenul intern?	Nu Da	Distrugere Arhivare, fixarea termenului de distrugere



- Cea mai răspândită și simplă metodă de ARHIVARE este arhivarea după cuvinte-cheie (salarizare, achiziții, Banca ROCT, Clienți, Personal etc.).

Arhivarea după cuvinte-cheie



Alte metode de arhivare:

- **sortarea alfabetică;**
- **gruparea tematică cu ajutorul culorilor;**
- **numerotarea** – se concepe un sistem de codare numerică personalizat firmei de exercițiu.

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Arhivarea
dosarelor
departamentului
secretariat în
cadrul FE KULTUR
BIO SRL

Nr. crt.	Simbol Document	Document	Departamente destinate/ expeditor	Denumire dosar pt. arhivare	Observații
1	COF-P	Cerere de ofertă – primită	Vânzări (R.V)	Registru intrări/ leșiri (R.I.E.)	
	COF-T	Cerere de ofertă – trimisă	Achiziții (R.A)		
2	OF-P	Ofertă primită	Achiziții (R.A)	Registru intrări/ leșiri (R.I.E.)	
	OF-T	Oferta trimisă	Vânzări (R.V)		
3	COM-P	Comanda primită	Vânzări (R.V)	Registru intrări/ leșiri (R.I.E.)	
	COM-T	Comanda trimisă	Achiziții (R.A)		
4	CCOM-P	Confirmare de comandă primită	Vânzări (R.V)	Registru intrări/ leșiri (R.I.E.)	
	CCOM-T	Confirmare de comandă trimisă	Achiziții (R.A)		
5	F-P	Factura primită	Achiziții (R.A)	Registru intrări/ leșiri (R.I.E.)	
	F-T	Factura trimisă	Vânzări (R.V)		
6	AVIM-P	Aviz de însoțire a mărfii primit	Achiziții (R.A)	Registru intrări/ leșiri (R.I.E.)	
	AVIM-T	Aviz de însoțire a mărfii trimis	Vânzări (R.V)		
7	EXC-I	Extras de cont încasări	Fin-CTB (F.C)	Registru intrări/ leșiri (R.I.E.)	
	EXC-P	Extras de cont plăți			

C. Activități practice

Activitatea 1

Denumire: Elaborarea unei agende electronice cu adrese ale firmelor de exercițiu și a altor parteneri din mediul extern

Mod de lucru: În cadrul departamentului

Resurse:

- de timp: 20 minute
- materiale: calculator, conexiune internet

Sarcini de lucru:

- Identificați toate firmele de exercițiu parteneri și alți colaboratori (ROCT, KulturKontakt, firma mamă, școala etc.);
- Salvați toate adresele de e-mail în lista de contacte;
- Creați listele de adrese personalizate pentru colaboratorii cu care firma comunică frecvent (puteți crea liste de adrese numite KulturKontakt, ROCT sau Clienți, liste ce vor conține numele tuturor persoanelor din echipă);
- Adăugați adresele de poștă electronică în agendă (Address Book).

- Recomandări:**
- Optimizarea activității de secretariat;
 - Aprofundarea regulilor de redactare a corespondenței;
 - Documentare la firma mamă.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Nume și prenume angajat al FE: _____

Departament: _____

Nr. crt.	Criterii	Nesatisfăcător (<5)	Satisfăcător (5-6)	Bine (7-8)	Foarte bine (9-10)
1	Identificare colaboratori firmă de exercițiu	Majoritatea câmpurilor rămase necomplete	5-6 câmpuri rămase necomplete	3-4 câmpuri rămase necomplete	Toate câmpurile complete
2	Salvare adrese de e-mail	Erori grave	3-4 omisiuni	1-2 omisiuni	Sarcină realizată corect și complet
3.	Crearea de liste personalizate	Erori grave	3-4 omisiuni	1-2 omisiuni	Sarcină realizată corect și complet
4.	Adăugare în agendă	Greșeli care denaturează realizarea sarcinii	3-4 greșeli care nu denaturează sarcina de lucru	1-2 greșeli care nu denaturează sarcina de lucru	Sarcină realizată complet și corect

Activitatea 2

Denumire: Arhivarea electronică a corespondenței primite

Mod de lucru: În cadrul departamentului

- Resurse:**
- de timp: 40 minute;
 - Resurse materiale: calculator, conexiune internet.

- Sarcini de lucru:**
- Aduceți corespondența din căsuța poștală;
 - Înscrieți corespondența în fișierul de poștă primită (notarea traseului parcurs);
 - Înregistrați primirea (numărul curent, data, departamentul destinat);
 - Arhivați documentul în fișierul corespunzător.

- Recomandări:**
- Optimizarea activității de secretariat;
 - Documentare la firma mamă;
 - Optimizarea activității firmei de exercițiu, prin reducerea costurilor și spațiului de arhivare.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Denumirea postului: _____

Departament: _____

Nr. crt.	Criterii de evaluare	Descrierea criteriului	Performanță 1-5				
1.	Îndeplinirea sarcinilor	Promptitudine	1	2	3	4	5
		Corectitudine	1	2	3	4	5
		Implicare	1	2	3	4	5
		Organizarea și planificarea sarcinilor	1	2	3	4	5
		Prioritizare	1	2	3	4	5
		Încadrare în timp	1	2	3	4	5
		Volum de sarcini - ore laborator tehnologic	1	2	3	4	5

Nr. crt.	Criterii de evaluare	Descrierea criteriului	Performanță 1-5				
2.	Competențe specifice postului	IT	1	2	3	4	5
		Comunicarea și lucrul în echipă	1	2	3	4	5
		Gândirea critică și rezolvarea de probleme	1	2	3	4	5
		Lucrul în condiții de stres	1	2	3	4	5
3.	Competențe personale	Încrederea în sine	1	2	3	4	5
		Capacitatea de autoevaluare	1	2	3	4	5
		Spiritul practic	1	2	3	4	5
		Dezvoltarea personală	1	2	3	4	5
4.	Relaționare în cadrul echipei	Încrederea în sine	1	2	3	4	5
		Spiritul practic	1	2	3	4	5
		Capacitatea de autoevaluare	1	2	3	4	5
		Abilitățile de negociere	1	2	3	4	5

Punctaj: **minim 19 de puncte** (angajat în firma de exercițiu departamentul secretariat), **maxim 135 puncte.**



Dacă în urma evaluării angajatul din firma de exercițiu obține un punctaj sub 60 de puncte, el trebuie să analizeze aspectele nu tocmai îmbucurătoare ale activității sale și să se ia măsuri de comun acord cu managerul firmei de exercițiu/profesorul coordonator pentru atingerea performanței.

Activitatea 3

Denumire: Realizarea unui concept (sub formă tabelară) pentru organizarea păstrării documentelor în firma de exercițiu (pentru documente pe suport de hârtie și documente conținute de fișiere).

Mod de lucru: În cadrul departamentului

Resurse:

- de timp: 30 minute;
- materiale: calculator, conexiune internet.

Sarcini de lucru:

- Stabiliți documentele care trebuie arhivate;
- Specificați locul de păstrare (ex. în ce mapă, în ce subcuprins);
- Indicați timpul de păstrare a acestora (atenție la procedurile legale);
- Precizați modul în care sunt ordonate (ex. alfabetic, cronologic, cuvinte cheie);
- Specificați cum sunt denumite documentele.

Recomandări:

- Folosiți-vă de documentele deja existente ale firmei de exercițiu;
- Reorganizați modul de păstrare electronic și scris al documentelor;
- Documentare la firma mamă.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Nume și prenume angajat al FE: _____

Departament: _____

Nr. crt.	Criterii	Nesatisfăcător (<5)	Satisfăcător (5-6)	Bine (7-8)	Foarte bine (9-10)
1	Identificarea documentelor arhivate	Majoritatea documentelor rămase neidentificate	5-6 omisiuni	3-4 omisiuni	Sarcină rezolvată corect și complet
2	Identificarea locului de păstrare	Majoritatea locurilor de păstrare rămase neidentificate	3-4 omisiuni	1-2 omisiuni	Sarcină rezolvată corect și complet
3	Precizarea timpului de păstrare, ținând cont de legislația în vigoare	Necunoașterea legislației în vigoare	3-4 omisiuni	1-2 omisiuni	Sarcină rezolvată corect și complet
4	Ordonarea documentelor, în vederea arhivării	necunoașterea modului de ordonare	3-4 omisiuni	1-2 omisiuni	Sarcină rezolvată corect și complet
5	Denumirea documentelor arhivate	necunoașterea conceptului	3-4 omisiuni	1-2 omisiuni	Sarcină rezolvată corect și complet

Sugestii metodice

Se pot utiliza tehnicile de creativitate din *Ghidul metodologic* de la capitolul „Instrumente”.

Se poate utiliza Fișa metodică de pe CD:

- 8_FM_Documente_specifice_activității_de_secretariat.

Glosar de termeni

Secretar/ă: provine din latinescul „*secretum*” („secret”, „taină”) și desemnează o persoană care știe și păstrează secrete.

Arhivare: a clasa documentele în arhive, după criterii prestabilite.

Decizie: hotărâre luată în urma examinării unei probleme, a unei situații etc., soluție adoptată (dintre mai multe posibile).

Comunicare: înștiințare, știre, veste; raport, relație, legătură.

Sistemul informațional al firmei de exercițiu: cuprinde totalitatea resurselor informaționale create, prelucrate și transmise pe fluxuri și circuite informaționale, potrivit cerințelor obiectivelor firmei de exercițiu, precum și a tehnicilor și mijloacelor de procesare a acestora, în vederea asigurării unui nivel de corectitudine și rapiditate a actului decizional managerial.

Bibliografie

1. *** *Din școală în viață prin firma de exercițiu*, București, Editura Didactică și Pedagogică, 2005.
2. Gatjens, Margit, Reuter, Behrens, Claudia – *Manual de secretariat și asistență managerială*, București, Editura Tehnică, 2001.
3. Harrison, John – *Curs de secretariat*, București, Editura All, 1996.
4. John, Ted – *Organizarea perfectă a timpului*, București, Editura Național, 1998.

Surse online:

<http://www.revistanoinu.com>

<http://www.books.unicbuc.ro>



Departamentul contabilitate și procesele aferente

Motto: „Verba volant, scripta manent.”

Motivație: Contabilitatea furnizează informațiile despre patrimoniu, situația financiară, rezultatul activității și da posibilitatea determinării rentabilității, a riscului și a valorii firmei.

Competențe și obiective

COMPETENȚE DIN FIRMA DE EXERCITIU	COMPETENȚE SPECIALIZATE
<ul style="list-style-type: none"> Organizează și realizează contabilitatea curentă pentru o firmă 	<ul style="list-style-type: none"> Utilizează planul general de conturi pentru înregistrarea evenimentelor și tranzacțiilor Înregistrează evenimentele și tranzacțiile în contabilitate Completează registrele contabile și bilanța de verificare
OBIECTIVE PEDAGOGICE	OBIECTIVE ECONOMICE
<ul style="list-style-type: none"> Să dezvolte și să perfecționeze competențe personale (flexibilitate, disponibilitatea de a învăța, spirit critic, creativitate, inițiativă) Să dezvolte și să perfecționeze competențe sociale (capacitatea de interacțiune, de rezolvare a conflictelor, spirit de echipă, responsabilitate, leadership) 	<ul style="list-style-type: none"> Să identifice conturi pe categorii de evenimente și tranzacții Să folosească conturile corespunzătoare evenimentelor și tranzacțiilor Să identifice evenimentele și tranzacțiile Să utilizeze analiza contabilă pentru înregistrarea în contabilitate Să stabilească articolele contabile pe categorii de evenimente și tranzacții Să înregistreze articolele contabile în documente contabile Să completeze registrele contabile și bilanța de verificare

- Conținuturi tematice:**
- 9.1. Atribuțiile departamentului contabilitate
 - 9.2. Utilizarea unui soft de contabilitate
 - 9.3. Documente utilizate în activitățile specifice departamentului contabilitate. Circuitul documentelor și arhivarea acestora

9.1. Atribuțiile departamentului contabilitate

A. Noțiuni teoretice

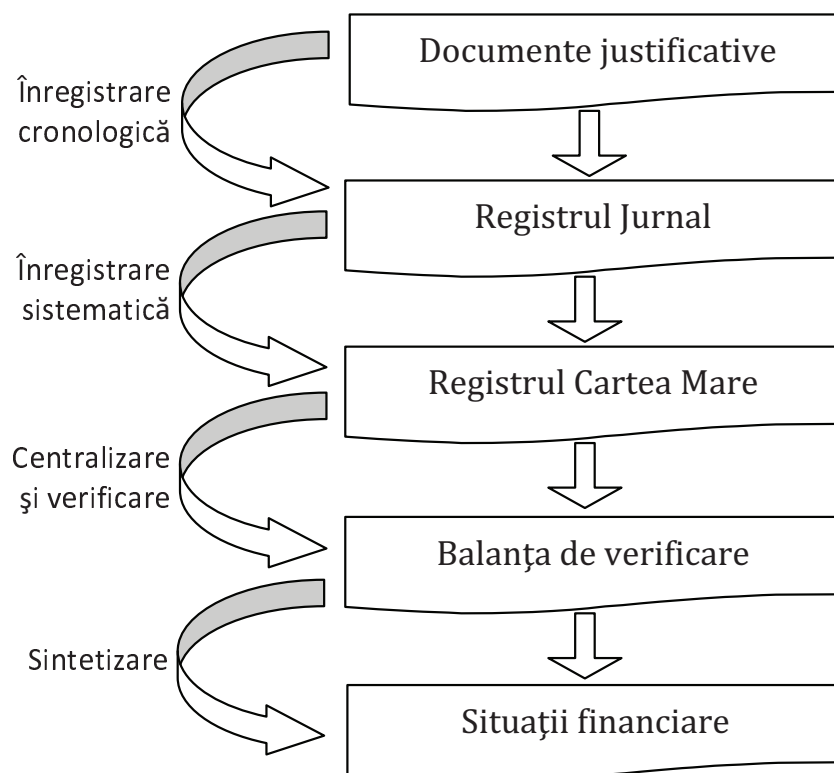
Contabilitatea înregistrează cronologic și sistematic procesele economice care au loc într-o unitate economică (în cazul nostru: firma de exercițiu), înregistrate în documente justificative.

Contabilitatea este știința care presupune măsurarea, evaluarea, cunoașterea, gestiunea și controlul activelor, datoriilor și capitalurilor proprii, precum și a rezultatelor obținute și furnizează informații despre:

- situația patrimonialului;
- situația financiară și performanțele financiare ale firmei de exercițiu;
- rezultatul activității;
- fluxurile de trezorerie (incasări și plăți).

Informația contabilă este o informație reală, precisă, completă, operativă, reprezentând suportul deciziilor economice, financiare și de gestionare care se iau într-o firmă (în cazul nostru firma de exercițiu). Organizarea contabilității este obligatorie pentru toți agenții economici și se desfășoară în cadrul departamentului contabil.

Sucesiunea operațiilor de prelucrare a informației economice în contabilitatea firmei de exercițiu este următoarea:



Departamentul contabil are următoarele **atribuții**:

- Înregistrează **cronologic și sistematic** evenimente și tranzacții din firma de exercițiu evidențiate în documente, referitoare la:
 - Constituirea firmei de exercițiu;
 - Operații de capital;
 - Imobilizări;
 - Stocuri;
 - Achiziții;
 - Vânzări;
 - Decontări cu personalul, bugetul de stat, bugetul asigurărilor sociale de stat, și alte instituții;
 - Operații de încasări și plăți.
- Întocmește ordinele de plată pentru furnizori.
- Întocmește registrele contabile.
- Cumpără valută (euro) de la Banca ROCT pentru plata tranzacțiilor externe.
- Calculează și înregistrează impozitul pe profit al firmei de exercițiu.
- Întocmește declarațiile și ordinele de plată pentru plata impozitelor și contribuțiilor sociale.
- Efectuează regularizarea TVA-ului și întocmește decontul de TVA.
- Solicită majorarea capitalului pentru firma de exercițiu.
- Întocmește bilanța de verificare sintetică și bilanța de verificare analitică.
- Efectuează inventarierea patrimoniului.
- Elaborează situațiile financiare anuale.
- Efectuează analiza economico-financiară.



- Contabilitatea înregistrează numai operații economico-financiare efectuate.
- În contabilitate, operațiile economico-financiare se înregistrează numai pe bază de documente justificative.
- În contabilitate se folosește etalonul bănesc și uneori cel cantitativ (în cazul stocurilor).
- În cazul datoriilor și creanțelor externe, se ține evidența în dublu etalon: valută și echivalentul în lei.
- În firma de exercițiu, euro este moneda pentru tranzacțiile internaționale.

Înregistrarea principalelor evenimente și tranzacții din firma de exercițiu

Enunțul operației	Formule contabile			
Înființare FE				
Operații de constituire (subscrierea capitalului social)	456	=	1011	160 000
Aportul bănesc al acționarilor/asociaților	5 121	=	456	160 000
Trecerea capitalului nevărsat la capitalul vărsat	1 011	=	1 012	160 000
Taxe de înregistrare achitate din cont	201	=	5 121	300
Operații de intrări				
Achiziție materiale consumabile	% 302 4 426	=	401	<u>1 240</u> 1 000 240
Achiziție rechizite	% 604 4 426	=	401	<u>1 240</u> 1 000 240
Achiziție materiale de natura obiectelor de inventar	% 303 4 426	=	401	<u>620</u> 500 120

Enunțul operației	Formule contabile			
Achiziție mărfuri	% 371 4 426	=	401	<u>12 400</u> 10 000 2 400
Înregistrare adaos comercial 30%	371	=	378	3 000
Achiziție aparatură birotică (calculatoare) (mijloace fixe)	% 214 4 426	=	404	<u>744</u> 600 144
Operații de ieșiri				
Consum materiale consumabile	602	=	302	1 000
Consum de obiecte de inventar	603	=	303	500
			D 8039	500
Vânzare mărfuri	4 111	=	% 707 4 427	<u>16 120</u> 13 000 3 120
Scoaterea din gestiune a mărfurilor vândute	% 607 378	=		<u>13 000</u> 10 000 3 000
Înregistrarea amortizării				
Amortizare calculator în suma de 50 RON	6 811	=	2 814	50
Înregistrare servicii				
Înregistrare factură chirie	612	=	401	50
Servicii oferite de terți	% 628 4 426	=	401	<u>124</u> 100 24
Comision plătit băncii	627	=	5121	15
Salarii (conform statului de salarii)				
Salarii datorate	641	=	421	10 000
Contribuția unității la asigurări sociale a unității	6 451	=	4 311	2 080
Contribuția unității la fondul de șomaj	6 452	=	4 371	50
Contribuția unității la asigurările sociale de sănătate	6 453	=	4 313	520
Contribuția unității pentru fondul de risc și accidente	6 451	=	4 381	50
Contribuția unității pentru concedii și indemnizații	6 451		4 382	85
Contribuția unității pentru fondul de garantare a creanțelor salariale	6 452		447	25
Rețineri din salarii	421	=	% 4 312 4 372 4 314 444	<u>2 986</u> 1 050 50 550 1 336
Plata salariilor	421	=	5 121	7 014

Enunțul operației	Formule contabile			
Plata datoriilor în legătură cu salariile (CAS, CASS, CFS, impozit/salarii, contribuția la fondul de risc și accidente, contribuția pentru concedii și indemnizații, fond pentru plata creanțelor salariale)	%	=	5 121	6 478
	4 311			2 173
	4 312			1 007
	4 313			742
	4 314			689
	4 371			265
	4 372			106
	4 381			50
	4 382			85
	444			1 336
447			25	
Încasări de la clienți	5 121	=	4 111	16 120
Plata furnizorilor				
Furnizor de stocuri și servicii	401	=	5 121	1 240
Furnizori de imobilizări	404	=	5 121	744
Regularizarea TVA-ului				
TVA colectată > TVA deductibilă → TVA de plată	4 427	=	%	19 000
			4 426	15 000
			4 423	4 000
TVA colectată < TVA deductibilă → TVA de recuperat	%	=	4 426	21 000
	4 427			19 000
	4 424			2 000
Plata TVA-ului	4 423	=	5 121	4 000
Recuperarea TVA-ului de la buget	5 121	=	4 424	2 000
Închiderea conturilor de cheltuieli și venituri				
Conturi de cheltuieli	121	=	6XX Conturi clasa 6	
Conturi de venituri	7XX Conturi clasa 7	=	121	
Înregistrarea impozitului pe profit				
Înregistrarea cheltuielilor cu impozitul pe profit	691	=	4 411	1 600
Închiderea contului 691	121	=	691	1 600
Plata impozitului pe profit	4 411	=	5 121	1 600



- La sfârșitul lunii, conturile de cheltuieli din clasa 6-a și conturile de venituri din clasa a 7-a nu prezintă sold (se soldează).
- La sfârșitul lunii, contul 4 426 TVA deductibilă și 4 427 TVA colectată se soldează.
- La sfârșitul lunii, firma nu poate avea și TVA de plată și TVA de recuperat; în acest caz se compensează TVA de recuperat cu TVA de plată sau invers, în limita sumei celei mai mici întocmindu-se formula contabilă $4\ 423 = 4\ 424$.
- Operațiile de încasări și plăți între firmele de exercițiu se efectuează prin contul bancar.
- Plata/încasarea în numerar în cazul tranzacțiilor se face numai la târguri/competiții, în relațiile cu persoanele fizice.

B. Exemplet de bună practică

Regularizarea TVA-ului

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Enunțul operației	Formule contabile			Sume
TVA colectată > TVA deductibilă → TVA de plată = 31 000 – 24 672 = 6 328	4 427	=	%	31 000
TVA colectată = 31 000			4 426	24 672
TVA deductibilă = 24 672			4 423	6 328
Plata TVA	4 423	=	5 121	6 328

C. Activitate practică

Denumire: Înregistrarea în evidența cronologică a operațiilor, privind salariile în valoare de 20 000 lei, la finele lunii.

Mod de lucru: Individual – fiecare angajat din FE întocmește Registrul jurnal.

Resurse:

- de timp: 1 oră;
- materiale: PC conectat la Internet, consumabile, imprimantă, registru jurnal.

Sarcini de lucru:

- Înregistrați salariile datorate.
- Înregistrați reținerile din salarii.
- Înregistrați datoriile firmei de exercițiu legate de salarii (C.A.S, C.F.S, C.A.S.S și alte datorii).
- Întocmiți Registrul jurnal.

Recomandări:

- Studierea înregistrărilor din arhiva firmei de exercițiu.
- Documentare la firma parteneră.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Nume și prenume angajat al FE: _____

Nr. crt.	Criterii	Nesatisfăcător (<5)	Satisfăcător (5-6)	Bine (7-8)	Foarte bine (9-10)
1	Completarea rubricilor, formule contabile	majoritatea formulelor rămase necompletate	5-6 formule contabile simple înregistrate în registrul jurnal	7-8 formule contabile simple înregistrate în registrul jurnal	Toate rubricile completat, toate operațiile înregistrate (9-10 formule contabile simple)
2	Corectitudinea datelor	Erori grave	3-4 erori	1-2 erori	Registru jurnal întocmit corect

9.2. Utilizarea unui soft de contabilitate



A. Noțiuni teoretice

Un program de contabilitate este o soluție (soluție IT) care permite informatizarea activității contabile a firmei de exercițiu. De exemplu, există softuri de contabilitate gratuite care nu conțin nici un tip de limitări. Aceste programe sunt folosite cu succes pentru firme mici și mijlocii, cabinete de contabilitate sau contabili independenți.

Avantaje utilizării softurilor în contabilitate:

- Actualizare rapidă la modificările legislative;
- Multi-firmă, Multi-user;
- Accesare simultană a aceluiași opțiuni de program, prin rețea;
- Ușurință în asimilare și utilizare;
- Manevrabilitate;
- Rapiditate și robustețe.
- Ajutor interactiv.

Softurile contabile pot fi utilizate în firma de exercițiu pentru:

- Imobilizări;
- Stocuri;
- Clienți/ Furnizori cu situații complete aferente;
- Banca (lei, valută)/ Deconturi;
- Salarii (cu declarații în format electronic);
- Operații interne cu stocuri (Bonuri de consum, Transferuri, Inventariere etc.);
- Rapoarte complete pentru fiecare modul.

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Descrierea softului contabil utilizat de FE KULTUR BIO

În urma încercării de identificare a unui motor de căutare pe internet, FE KULTUR BIO utilizează un soft contabil cu următoarele caracteristici:

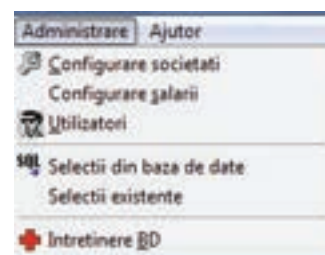
Meniul programului

Meniurile programului, meniul principal și submeniurile sale devin active, în urma încheierii operațiunii de configurare a societății și de preluare date. După configurarea noii societăți, meniul programului devine activ și se poate utiliza.

La preluarea datelor contabile se va specifica luna de începere a folosirii programului și se validează balanța de verificare cu solduri 0. Dacă FE KULTUR BIO era o firmă de exercițiu preluată, atunci se introduc soldurile inițiale existente în balanță și apoi se realizează operația de validare.

Meniul Administrare

Acest meniul permite utilizatorului administrarea societăților gestionate de program, configurarea salariilor (conturi utilizate, cote contribuții), gestionarea drepturilor de acces ale utilizatorilor și a operațiilor de întreținere a bazei de date.



Meniul Fișiere

În acest meniul de nomenclatoare sau fișiere, se permite gestionarea datelor importante ale societății. Permite gestiunea terților (furnizori/clienti), salariaților, planului de conturi, gestiunilor și grupelor.

Gestiunea devine activă numai dacă:

- utilizați doar partea de contabilitate a programului și ați bifat opțiunea „Evaluare mărfuri pe gestiuni distincte”, în ecranul „Configurare societăți”.
- utilizați versiunea integrată, inclusiv stocuri, dar ați ales să dezactivați ecranele de stocuri, în pagina „Setări diverse” a ecranului „Configurare societăți” și ați bifat opțiunea „Evaluare mărfuri pe gestiuni distincte”, în ecranul „Configurare societăți”.
- folosiți versiunea integrată și nu ați dezactivat ecranele de stocuri, indiferent că ați bifat sau nu vreă opțiune de evaluare a gestiunilor global-valorice.

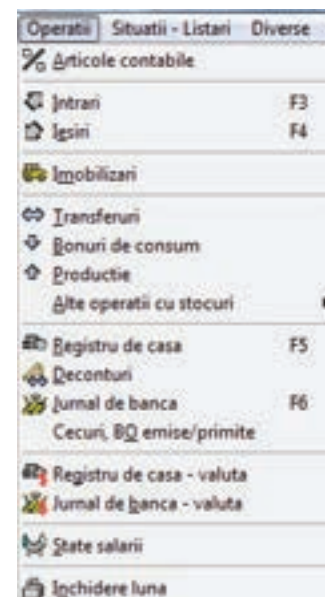
Meniul Operații

Așa cum sugerează și numele, de aici se accesează ecranele funcționale, prin intermediul cărora se vor introduce/efectua toate operațiile efectuate de firmă.

În principal, acestea sunt:

- operații de intrare/ieșire (cumpărări/vânzări);
- operații de casă, bancă, deconturi;
- înregistrare imobilizări;
- întocmire de articole contabile;
- întocmire de state de plată;
- închidere de lună.

Unele operații permit înregistrarea acestora și în valută, nu doar în moneda națională.



Meniul Situatii-Listări

Acest meniul permite listarea a două categorii de situații/documente:

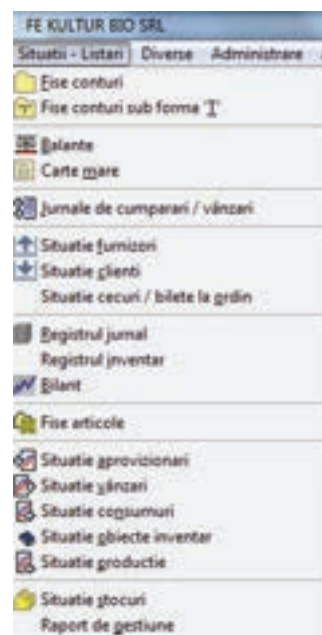
Contabile:

- Fișa contului;
- Fișa contului în formă de "T";
- Cartea Mare;
- Balanța de verificare;
- Registrul Jurnal;
- Registrul Inventar;
- Jurnale TVA;
- Bilanț.

Comerciale:

- Situații comerciale clienți, furnizori;
- Raport de gestiune;
- Fișe articole;
- Situație aprovizionări;
- Situație vânzări;
- Situație consumuri;
- Situație stocuri;
- Situație obiecte de inventar.

Toate aceste situații pot fi listate pe ecran sau la imprimantă în diferite perioade alese de utilizator.



Meniul Diverse

Din acest meniul aveți acces la introducerea contractelor și generarea facturilor corespunzătoare acestora și la operațiunile de import/export de date.

Comenzi

Ecran funcțional care permite introducerea comenzilor de la terți.

Contracte

Scopul acestui ecran este de a ține evidența contractelor încheiate cu clienții atât în lei, cât și în valută și de a genera automat facturi pentru sumele lunare conform contractelor încheiate.

Utilitatea acestuia este evidentă în cazul firmelor care:

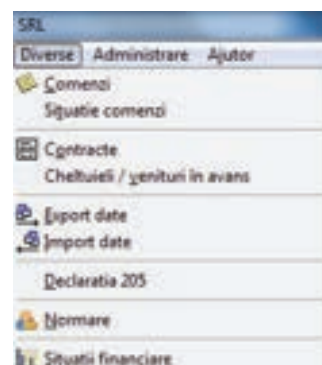
- facturează abonamente lunare pentru diverse servicii prestate pe abonament;
- vând bunuri cu plata în rate;
- sau în oricare altă situație în care societatea întocmește contracte cu clienții săi.

Operații cu date

Operațiile cu date se pot face cu tastatura sau cu mouse-ul.

Adăugarea (cu mouse-ul)

1. Click pe **Adaug**. În tabel, va apărea o linie nouă care va avea uneori valori completate implicit (de exemplu, cota de TVA). Unele dintre aceste valori pot fi modificate, altele nu (cele care nu pot fi modificate sunt de regulă câmpurile calculate – de exemplu, adaosul comercial);
2. Se completează datele dorite în linia nou-creată;
3. Se salvează datele apăsând butonul **Salvez**. Pentru a abandona adăugarea informațiilor se apasă butonul **Renunț**.



Modificarea (cu mouse-ul):

1. Se selectează linia care se dorește a fi modificată.
2. Click pe butonul **Modific** sau dublu-click pe linia respectivă.
3. Se modifică datele din linia în care s-a intrat în regim de modificare.
4. Se salvează datele apăsând butonul **Salvez**. Pentru a abandona adăugarea informațiilor se apasă butonul **Renunț**.

La intrarea în regim de adăugare sau modificare a informațiilor dintr-o linie, butoanele:



se vor transforma în:



unde, după cum se observă, butonul Adaug este inactiv. De altfel, acest lucru se va observa în toate modulele programului. Butoanele inactive sunt de culoare gri deschis pe fond gri, sunt plate și nu pot fi apăstate.

Ștergerea

Ștergerea înregistrării se face cu click pe „**Șterg**”. Apare un mesaj de atenționare pentru confirmarea ștergerii. Confirmarea operațiunii de ștergere duce la pierderea definitivă a datelor care se doresc a fi șterse. Confirmați numai dacă doriți cu siguranță eliminarea acelor date.

Acolo unde datele sunt supuse procedurii de validare (intrări/ieșiri), **datele validate nu pot fi șterse**. Pentru a șterge acele date, documentul a cărui stare este marcată ca “Validat”, trebuie devalidat anterior.

**Validarea/
devalidarea
datelor**

Operațiunea de validare a datelor este folosită în program, în toate ecranele funcționale de introducere a datelor cu excepția celor pentru articole contabile, casă, bancă și deconturi.

Validarea documentelor presupune generarea articolului contabil pentru operațiunea la care se aplică validarea, iar acolo unde este cazul, la închiderea acelu document, acesta nu se mai poate fi șters sau modificat, până la devalidarea lui.

Validarea documentelor primare duce la dezactivarea butonului de Validare și la activarea butoanelor corespunzătoare unor funcții suplimentare, aplicabile doar documentelor marcate ca fiind validate, legate de acele documente.

Devalidarea documentelor presupune ștergerea articolului contabil generat de operațiunea de validare, marcarea documentului ca fiind nevalidat, în așa fel încât asupra acestuia să poată fi aplicate operațiuni de adăugare, modificare sau ștergere. În cazul documentelor de intrare/ieșire, la care s-au efectuat operațiuni de plăți/încasări, programul atenționează asupra acestui fapt la devalidare și poate șterge automat acele operațiuni, după confirmarea utilizatorului.

Devalidarea documentelor primare duce la dezactivarea butonului Devalidare și a butoanelor corespunzătoare unor funcții suplimentare, activate la validarea documentelor. În ecranele funcționale, marcarea stării de document validat/devalidat este atestată de semnul conținut de prima coloană din stânga ecranului:

Tip	Nr. int.	Nr. doc.	Cod	Furnizor
★	1	58	00001	C.DESIGNE
▶	2	45478	00002	EGRETTA

La poziționarea cursorului pe un document validat

În antetul documentului este activ doar butonul de adăugare a unui nou document.

Adaug				Modific		Șterg	
Tip	Nr. int.	Nr. doc.	Cod				
1	56		0000				
2	45478		0000				

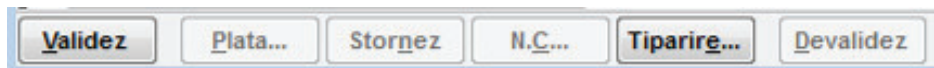
La partea de detalii sunt active toate butoanele, mai puțin cel de validare.

**La poziționarea cursorului pe un document nevalidat**

În antetul documentului toate butoanele sunt active.

Adaug				Modific		Șterg	
Tip	Nr. int.	Nr. doc.	Cod				
1	56		0000				
2	45478		0000				

La partea de detalii, butoanele pentru funcții aplicabile documentului sunt inactive. Operația se poate doar valida sau tipării.



- Introducerea unui document cu o dată anterioară datei începerii programului va genera erori.
- Programul va genera avertizări cu privire la corectitudinea codului fiscal și contului bancar ale FE. Cu toate acestea, se poate folosi programul cu succes.
- La introducerea salariaților, trebuie să introduceți codul numeric personal corect, deoarece un cod eronat nu permite salvarea angajatului în program.

C. Activități practice**Activitate 1**

Denumire: Configurarea firmei de exercițiu

Mod de lucru: Pe departamente

Resurse:

- de timp: 30 minute;
- materiale: calculatoare, profilul firmei de exercițiu.

Sarcini de lucru:

- Configurați firma de exercițiu în program cu toate datele necesare pentru utilizarea programului.
- Înregistrați datele angajaților (din compartimentul din care faceți parte) în nomenclatorul **Salariați**, din meniul **Fișiere**.

- Recomandări:**
- Pentru firmele de exercițiu care practică comerțul de bunuri realizați o gestiune din nomenclatorul Gestiuni, meniul **Fișiere** (este obligatorie pentru înregistrarea bunurilor).
 - Setează data de începere a programului, data în care ați început activitatea în firma de exercițiu.
 - Programul va genera erori la introducerea codului fiscal și contului bancar ale FE, deoarece verifică corectitudinea acestora. Cu toate acestea se poate folosi programul cu succes.
 - La introducerea salariaților trebuie să introduceți codul numeric personal corect, deoarece un cod eronat nu permite salvarea angajatului în program.

Instrumente de evaluare: Fișa de observare

Activitate 2

Denumire: Înregistrarea unei facturi de achiziție de obiecte de inventar și plata acesteia

Mod de lucru: Pe departamente

- Resurse:**
- de timp: 30 minute
 - materiale: calculatoare, factură fiscală de achiziție obiecte de inventar.

- Sarcini de lucru:**
- Selectați fereastra **Intrări** din meniul **Operații**;
 - Acționați butonul **Adaug** și introduceți datele furnizorului. Dacă furnizorul este nou, programul va solicita salvarea acestuia în nomenclatorul Furnizori;
 - Salvați datele furnizorului și selectați butonul **Adaug** din partea mediană a ferestrei de lucru;
 - Introduceți pe rând obiectele de inventar cumpărate, selectând din lista tip obiecte de inventar. Salvați datele introduse și validați factura;
 - Realizați plata facturii prin contul de la bancă, apăsând butonul **Plata** din partea de jos a ferestrei. Introduceți contul 5121, pentru efectuarea plății și apăsați butonul **Accept**.

- Recomandări:**
- În partea de sus a ecranului, nu specificați valoarea facturii, deoarece aceasta va fi calculată pe măsură ce introduceți bunurile din factură.
 - În partea de sus a ferestrei în coloana **Neachitat**, apare suma care trebuie plătită către furnizor. Dacă apare suma 0, înseamnă că factura a fost plătită.

- Instrumente de evaluare:**
- Pentru verificarea operațiilor efectuate, comparați următoarele documente:
 - Registrul jurnal accesibil din meniul **Situații – listări**;
 - Ordinul de plată pentru plata facturii accesibil din meniul **Operații**, submeniul **Jurnal de bancă**;
 - Situația obiectelor de inventar accesibilă din meniul **Situații – listări**.

Activitate 3

Denumire: Înregistrarea salariilor pentru o lună de activitate

Mod de lucru: Pe departamente

- Resurse:**
- de timp: 30 minute;
 - materiale: calculatoare.

- Sarcini de lucru:**
- Selectați fereastra **State Salarii** din meniul **Operații**;
 - Acționați butonul **Adaug** și introduceți luna și anul corespunzătoare perioadei de înregistrare a salariilor;
 - Introduceți data de plată a salariilor;
 - Salvați datele introduse și actualizați datele angajaților;
 - Validați datele introduse și tipăriți pe ecran statul de plată și fluturașii;
 - Realizați plata salariilor și a obligațiilor fiscale și sociale ale angajatorului (FE) și angajaților, prin butonul **Plată**.

- Recomandări:** Dacă în urma salvării datelor nu se actualizează datele angajaților, dați click pe butonul **Pontaj**.

- Instrumente de evaluare:** Pentru verificarea operațiilor efectuate, comparați între departamente următoarele documente:
- Nota contabilă generată pentru cheltuielile cu salariile din luna respectivă, accesibilă prin apăsarea butonului **NC**.
 - Ordinele de plată pentru plata salariilor și obligațiilor aferente accesibile din meniul **Operații**, submeniul Jurnal de bancă.

Activitate 4

Denumire: Operații de închidere lună

Mod de lucru: Pe departamente

- Resurse:**
- de timp: 30 minute;
 - materiale: calculatoare.

- Sarcini de lucru:**
- Selectați fereastra **Închidere lună** din meniul **Operații**;
 - Selectați luna pentru care se procedează la operațiile de închidere;
 - Selectați butoanele **Validez** pentru stocuri, amortizare, TVA și închidere conturi de venituri și cheltuieli;
 - Selectați butonul **Validare închidere lună**.

Recomandări: Această operație este obligatorie la finalul fiecărei luni.

- Recomandări:** Pentru verificarea operațiilor efectuate, comparați între departamente următoarele documente:
- Registrul jurnal accesibil din meniul **Situații – listări**;
 - Balanța de verificare cu 4 serii de egalități accesibilă din fereastra **Balanțe** a meniului **Situații – Listări**.

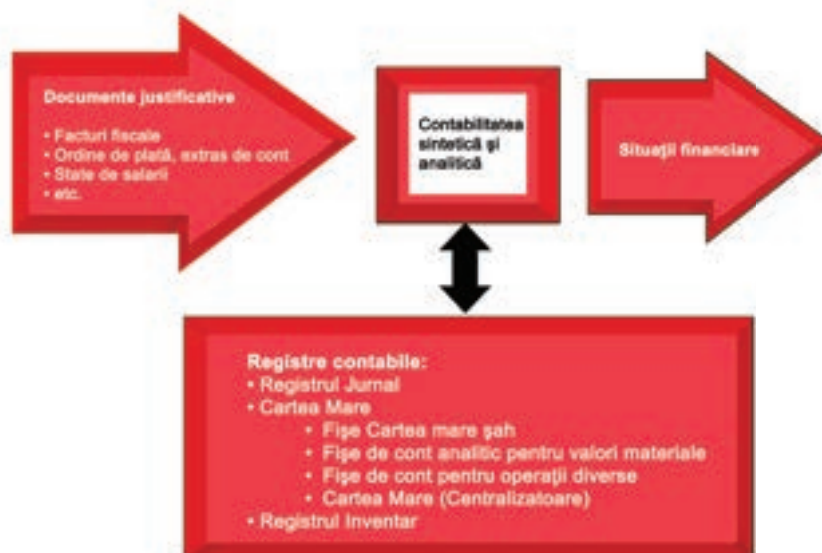
9.3. Documentele utilizate în activitățile specifice departamentului contabilitate. Circuitul documentelor și arhivarea acestora

A. Noțiuni teoretice

Contabilitatea primește documentele justificative de la celelalte departamente ale firmei de exercițiu și de la alte firme de exercițiu, le înregistrează în mod cronologic și sistematic cu ajutorul registrelor contabile. La finele exercițiului financiar întocmește situații financiare anuale.

În firma de exercițiu, plățile se fac prin virament, iar pentru aceasta se întocmesc ordine de plată sau cecuri.

Documente și registre contabile



Documente și registre contabile

Pentru înregistrarea informațiilor, contabilitatea utilizează: documente primare, registre contabile și situații financiare.

DOCUMENTE PRIMARE (justificative) întocmite la locul și momentul producerii operațiilor economico-financiare de departamentele firmei de exercițiu sau primite în urma tranzacțiilor de la alte firme de exercițiu. În cadrul departamentului contabilitate se întocmește **ordinul de plată** pentru operațiile de plăți prin cont. De la ROCT – Banca virtuală se primește **extrasul de cont**.

Ordinul de plată

- Este un document de dispoziție prin care firma de exercițiu dă ordin băncii ROCT, unde are deschis contul, să plătească din contul său o sumă de bani unui beneficiar (firmă de exercițiu, buget de stat, școala etc.).
- Servește ca document de încasare/plată prin contul bancar.
- Este un document care servește la întocmirea extrasului de cont.
- Completarea ordinului de plată este diferită, în funcție de obiectul plății (plata unei facturi primită de la o firmă, plata chiriei, plata obligațiilor sociale/fiscale, plata salariilor în contul bancar);
- Se întocmește de către compartimentul financiar contabil;
- Circulă de la bancă la beneficiar prin intermediul băncii sale și la plătitor;
- Se arhivează la compartimentul financiar-contabil.

Model de ordin de plată

UZ DIDACTIC		Click pentru adaugare sigla													
<hr/>															
ORDIN DE PLATĂ nr _____		data _____ suma _____													
adică (în litere) _____															
Plătitor _____	Avis ROCT Semnătura operatorului ROCT	Beneficiar _____													
Localitatea _____		Localitatea _____													
CUI _____	Data înregistrării ordinului	CUI _____													
Cont _____		Cont _____													
Deschis la _____	Data emiterii extrasului de cont	Deschis la _____													
Reprezentând _____		Mențiuni speciale													
CNP administrator	<table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table>														

Pentru evidența numerotării ordinelor de plată puteți folosi următorul registru:

FE

Registrul de evidență al numerotării ordinelor de plată emise

Nr. ordine	Data	Beneficiar	Suma	Obiectul plății	Observații

- Extrasul de cont**
- Servește ca document de înregistrare operativă a încasărilor și plăților prin cont (virament), pe baza actelor justificative.
 - Este un document de stabilire a soldului contului bancar.
 - Se întocmește de către bancă în două exemplare cu ajutorul tehnicii de calcul, pe baza documentelor justificative de încasări și plăți prin cont.
 - Se completează pornind de la soldul precedent, înregistrând documentele de încasări cu sumele în credit și documentele de plăți cu sumele în debit. După fiecare operație (document de plăți/ încasări) se calculează soldul contului bancar.
 - Se semnează de către responsabilul ROCT.
 - Exemplarul unu circulă la compartimentul financiar-contabil și exemplarul doi la bancă.
 - Se arhivează la compartimentul financiar-contabil.

**Model extras
de cont**

ROCT- BANCA VIRTUALĂ Timișoara, Str. Corbului nr. 7C		Ordin MEC nr. 3019 / 09 ianuarie2004		
EXTRAS DE CONT	Nr. 630	Emis la data de 31.03.200N		
Firma de exercițiu	KULTUR BIO SRL	Cod IBAN RO 29 ROCT 001327 RON		
Scoala	Colegiul Economic	Valuta:	RON	
Oraș	Sinaia	Județ	Prahova	
		Sold precedent	346.124,14 C	
Data	Operație	Ref. client Nr. doc.	Debit	Credit
12.03.N	Încasare FF nr. 125 / FE CINEVA SRL	OP 12		620,00
17.03.N	Încasare FF nr. 126 / FE VIOLETA SA	OP 54		1240,00
17.03.N	Încasare FF nr. 127 / FE X SRL	OP 141		868,00
20.03.N	Plată FF nr. 215 / FE SSOFT SRL	OP 14	1500,00	
20.03.N	Plată chirie – luna martie	OP 15	100,00	
21.03.N	Plată FF nr. 67 / FE CEVA SRL	OP 16	4700,00	
21.03.N	Încasare FF nr. 128 / FE PRIMA SA	OP 25		1400,00
31.03. N	Comision Banca Virtuală	100 *	1,14	
Sold final la data: 31.03.N			343.951,00	
Sumar operații:				
Data inițială	Data finală	Rulaj debitor	Rulaj creditor	Rulaj net
12.03.N	31.03.N	6301,14	4128	2137,14 D
* - codificare internă ROCT- BANCA VIRTUALĂ				

REGISTRELE CONTABILE se prezintă sub formă de caiete sau fișe tipizate și înregistrează în mod cronologic și sistematic operațiile economico-financiare înregistrate în documentele primare.

Registrele contabile obligatorii sunt:

- **registru jurnal;**
- **registru cartea mare;**
- **registru inventar.**

1. Registrul jurnal asigură înregistrarea cronologică a operațiilor economico-financiare, se întocmește într-un singur exemplar și are rolul de document justificativ.

2. Registrul cartea mare se întocmește lunar într-un singur exemplar și se regăsește în următoarele forme:

- **fișa de cont pentru operații diverse** pentru evidența analitică a elementelor care se detaliază doar valoric (exemplu: furnizorii, clienți, debitori diverși etc.);
- **fișa de cont analitică pentru valori materiale** pentru evidența analitică a elementelor patrimoniale, care se detaliază cantitativ-valoric (stocuri: materii prime, mărfuri, produse finite, materiale consumabile, obiecte de inventar etc.);
- **fișe sintetice șah pentru evidența sintetică**, în cazul formei de înregistrare maestru-șah. Pentru fiecare cont se deschid două fișe:

- fișa pentru debit detaliată pe conturi corespondente creditoare;
- fișa pentru credit detaliată pe conturi corespondente debitoare.
- **cartea mare centralizatoare**, care se folosește în cazul formei de înregistrare pe jurnale. Se întocmește pentru fiecare cont, are rânduri pentru fiecare lună și total trimestrial, coloane pentru reconstituirea rulajului debitor, pentru total rulaj debitor, total rulaj creditor și sold debitor sau creditor. Înregistrarea în cartea mare se face la finele lunii.

3. Registrul inventar este o recapitulație a listelor de inventariere și înregistrează diferențele dintre valoarea contabilă și valoarea de inventar.



- Registrele contabile nu circulă în incinta firmei și nici în afara ei, fiind documente de înregistrare contabilă.
- Registrele inventar se numerotează, se șnuruiesc, se parafează la administrația financiară (în cazul firmelor reale) și constituie documente justificative.
- Notele de contabilitate se întocmesc în cazul operațiilor fără documente justificative, cum ar fi: scoaterea din gestiune a mărfurilor vândute, amortizare, închiderea conturilor de cheltuieli și venituri.

Situații financiare

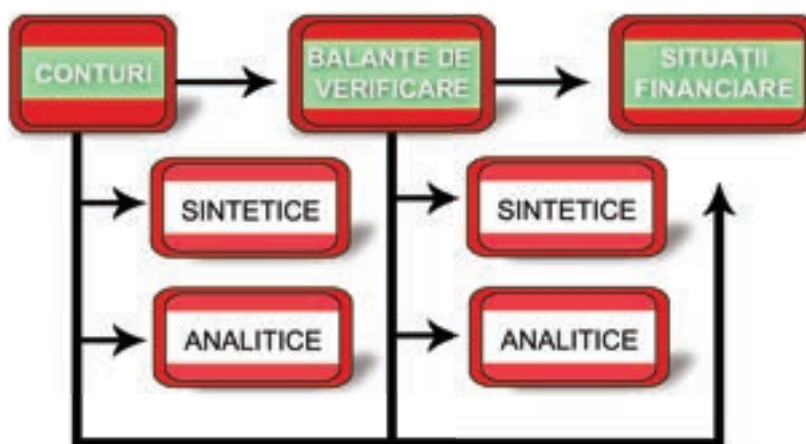
Se întocmesc la finele exercițiului (în cazul firmei de exercițiu în clasa a XII-a) și oferă o imagine fidelă, clară și completă a activelor, datoriilor, capitalurilor proprii, a situației financiare, a profitului sau pierderii și a altor informații privind activitatea firmei de exercițiu.

Situațiile financiare cuprind:

- **Situația activelor, datoriilor și capitalurilor proprii (bilanț);**
- **Cont de profit și pierdere;**
- **Situația modificărilor capitalului propriu;**
- **Situația fluxurilor de trezorerie;**
- **Note explicative.**

Se întocmesc pe baza datelor din bilanța de verificare, care face legătura dintre conturi și situațiile financiare. Pentru centralizarea și verificarea exactității înregistrărilor din contabilitate (conturi sintetice și analitice), se întocmesc **Bilanța de verificare sintetică** și **bilanțe de verificare analitice**.

Bilanța de verificare sintetică și bilanțe de verificare analitice



Pe baza bilanțului și a contului de profit și pierdere se efectuează analiza economico-financiară, prin care se diagnostichează starea de performanță a firmei de exercițiu la încheierea exercițiului. Se stabilesc punctele tari și punctele slabe ale gestiunii financiare, în vederea fundamentării unei strategii de menținere și dezvoltare într-un mediu concurențial.

B. Exemple de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Modele de registre contabile

FE KULTUR BIO SRL

REGISTRUL – JURNAL

Nr. Pagina 1

Nr. crt.	Data înregistrării	Document	Explicații	Simboluri conturi		Sume	
				Debitoare	Creditoare	Debitoare	Creditoare
1	05.01.20N	Factura 195	Achiziție mărfuri	% 371 4 426	401	10 000 2 400	12 400
2	05.01.20N	Nota de recepție 197	Înregistrarea adaosului comercial	371	378	3 000	3 000
3	15.01.20N	Ordin de plată 270	Achitare furnizori	401	5 121	12 400	12 400
	...						
	De reportat					27 800	27 800

FE KULTUR BIO SRL

FIȘA CARTEA MARE ȘAH

Nr. din registrul jurnal	Data înregistrării	Suma	Simboluri conturi corespondente							
			401							
1	05.01.20N	10 000	10 000							
	...									

Fișa de cont analitic pentru valori materiale						U/M	Preț unitar		Cod	Gestiune	Pag.
MĂRFURI						KG	Lei	B	371102	11	1
MERE IONATAN							5			Simbol cont 371	
Data	Documentul		Cantitatea			Valoarea			Simbol cont coresp.		
	Felul	Nr.	Intrată	leșită	Stoc	Debit	Credit	Sold			
05.01.20N	FF	195	2 000	-	2 000	10 000	-	10 000	401		
.....											

Fișa de cont pentru operații diverse							Simbol cont	Pagina
FE KULTUR BIO SRL Furnizor: FE ECO PLANT SA Dr. Tr. Severin							401	1
Data	Document		EXPLICAȚII	Simbol cont coresp.	DEBIT	CREDIT	DEBIT/ CREDIT	SOLD
	Felul	Nr.						
05.01.20N	FF	195	Achiziții mărfuri	371, 4 426	-	12 400	C	12 400
15.01.20N	O.P	270	Achitarea furnizorilor	5 121	12 400	-	D	-
	...							
DE REPORTAT								-

FE KULTUR BIO SRL

CARTEA MARE (CENTRALIZATOARE)

Cont 401										
Lunile	Conturi corespondente creditoare						Total rulaj debitor	Total rulaj creditor	Sold	
	Cont Jurnal 5121	Cont Jurnal	Cont Jurnal	Cont Jurnal	Cont Jurnal	Cont Jurnal	La 1 Ianuarie 20N		Debitor	Creditor
Ianuarie	12 400						12 400	20 000	-	7 600
Februarie										
Martie										
Total tr. I										
Aprilie										
Mai										
Iunie										
Total tr. II										
Iulie										
August										
Septembrie										
Total tr. III										
Octombrie										
Noiembrie										
Decembrie										
Total tr. IV										

FE KULTUR BIO SRL

**REGISTRUL INVENTAR
la data de 31.12.200N**

Nr. crt.	Recapitulăția elementelor inventariate	Valoarea contabila	Valoarea de inventar	Diferențe din evaluare (de înregistrat)	
				Valoarea	Diferențe
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1	Stocuri	60 500	60 500	-	-
2	Creanțe	10 000	10 000	-	-
3	Disponibilități bănești	120 000	120 000	-	-
				

NOTA DE CONTABILITATE

FE KULTUR BIO SRL			Număr	Data		
			1	Zi	Luna	An
				31	01	200N
Nr. crt	Explicație	Conturi		Sume		
		Debitoare	Creditoare			
1	Înregistrarea impozitului pe profit	691	441	712		
2	Închiderea contului 691	121	691	712		
					
	ÎNTOCMIT, A. POPESCU VERIFICAT, Antonela URSULESCU		TOTAL	1 424		

C. Activitate practică

Denumire: Înregistrarea în contabilitate a facturii fiscale

Mod de lucru: Individual. Fiecare angajat din FE își întocmește registrele contabile .

Resurse:

- de timp: 20-30 minute;
- materiale: PC conectat la Internet, imprimantă, modele de registre contabile, factură fiscală.

Sarcini de lucru:

- Stabiliți formulele contabile și întocmirea registrului jurnal;
- Înregistrați în contabilitatea sintetică: fișele sintetice șah pentru bunul achiziționat, TVA deductibilă și furnizori;
- Întocmiți fișa de cont pentru operații diverse pentru contul furnizori;
- Întocmiți fișa de cont analitic pentru valori materiale pentru cele două sortimente din factura fiscală.

Recomandări:

- Utilizarea modelelor de registre contabile;
- Documentare la firma parteneră.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Nume și prenume angajat al FE: _____

Departament: _____

Nr. crt.	Criterii	Răspuns parțial (puncte)	Răspuns complet (puncte)
1	Întocmirea registrului jurnal	1,5	3
2	Înregistrarea în fișa șah cont 371 sau după caz 303	0,5	1
3	Înregistrarea în fișa șah cont 4426	0,5	
4	Înregistrarea în fișa șah cont 401	0,5	1
5	Înregistrarea în fișele analitice cont 371 sau după caz 303	1	2
6	Înregistrarea în fișa de cont pentru operații diverse cont 401	1	2
	TOTAL	5	10

Sugestii metodice

Se pot utiliza tehnicile de creativitate din *Ghidul metodologic* de la capitolul „Instrumente”.

Se pot utiliza Fișele metodice de pe CD:

- 9_FM_Înregistrarea_în_contabilitate_a_facturii_fiscale;
- 9_FM_Operații_contabile_realizate_prin_softuri_specializate.

Glosar de termeni

Soluție IT: program informatic ce cuprinde un ansamblu de instrucțiuni codate cu ajutorul cărora un calculator electronic rezolvă o problemă dată.





Încheierea activității în firma de exercițiu și procesul de predare-primire

Motto: „Ceea ce numim început, este de obicei sfârșit. Și ceea ce este sfârșit, este de fapt început. Sfârșitul este acolo de unde începem.” (T. S. Eliot)

Motivație: După o perioadă de timp în care firma de exercițiu și-a desfășurat activitatea, elevii angajați pot evalua performanța și, mai ales, își pot îmbunătăți rezultatele obținute. Și în mediul real de afaceri firmele își încheie activitatea, sunt „predate/preluate”, în funcție de conjunctura pieței.

Competențe și obiective

COMPETENȚE DIN FIRMA DE EXERCIȚIU	COMPETENȚE SPECIALIZATE
<ul style="list-style-type: none"> • Înregistrează și arhivează documentele firmei • Arhivează electronic baza de date a firmei în vederea predării • Întocmește Procese-verbale de predare-primire a documentelor/bazei de date a firmei 	<ul style="list-style-type: none"> • Organizează procesul de predare-primire firmă cu respectarea legislației în vigoare • Verifică arhiva firmei și confruntă cu baza de date existentă • Analizează activitatea derulată de firmă și propune un plan de îmbunătățire a acesteia
OBIECTIVE PEDAGOGICE	OBIECTIVE ECONOMICE
<ul style="list-style-type: none"> • Să dezvolte competențe personale (eficiența la locul de muncă, flexibilitatea, proactivitatea, orientarea spre rezultate, seriozitatea, comportamentul adecvat, dorința de a învăța continuu, managementul timpului) cu scopul eficientizării activității la nivel de firmă • Să dezvolte competențe sociale (comunicare interpersonală, lucru în echipă, rezolvarea de probleme, leadership) pentru dezvoltarea activității profesionale. 	<ul style="list-style-type: none"> • Să stabilească un plan de realizare a procesului de predare-primire firmă • Să analizeze resursele necesare desfășurării activității • Să analizeze modul de derulare al procesului • Să analizeze baza de date a firmei preluate • Să îmbunătățească procesul pentru acțiuni viitoare

- Conținuturi tematice:** 10.1. Încheierea activității firmei de exercițiu (Modalități de încheiere)
10.2. Procesul de predare-primire a firmei de exercițiu

10.1. Încheierea activității firmei de exercițiu

A. Noțiuni teoretice

Firma de exercițiu este autorizată, în cele mai multe cazuri, pe o durată nedeterminată, ceea ce înseamnă că activitatea acesteia se va continua mai mulți ani de studiu. Acest proces se derulează în două variante:

- Cu aceeași elevi, în clasa a XII-a;
- Cu o altă generație de elevi de clasa a XI-a.



În ambele situații este necesară o încheiere a activității firmei de exercițiu (la sfârșitul anului școlar/începutul anului școlar următor).

Continuarea activității în firma de exercițiu pornește de la situația din mediul de afaceri real, unde durata de viață a unei firme este mai mare decât un an calendaristic.

Elemente de continuitate pentru firma de exercițiu:

- profesorul coordonator;
- denumirea firmei de exercițiu;
- adresa de e-mail;
- sediul social (adresa școlii);
- obiectul de activitate (care se poate modifica ulterior).



Este important ca elevii angajați în firma de exercițiu să exerseze modalitățile de menținere a contactelor preluate, de extindere a direcțiilor de colaborare, de fidelizare a clienților și, totodată, de găsire de noi parteneri pe piața virtuală.

Încheierea activității în societățile comerciale din mediul real de afaceri prevede:

- suspendarea activității firmei;
- lichidarea voluntară a firmei;
- reactivarea societății comerciale;
- cesiunea de părți sociale;
- prelungirea duratei de funcționare.

Încetarea activității firmei de exercițiu pe perioada vacanțelor se poate formaliza, conform precizărilor legale, prin aplicarea procedurii de suspendare, respectiv întrerupere temporară a activității.



O firmă de exercițiu poate fi suspendată pe o perioadă de maxim trei ani de la data primei întreruperi. Înainte de expirarea acestui termen se poate decide lichidarea sau reactivarea ei.

Firma de exercițiu poate fi desființată prin voința asociaților, aplicându-se procedura de lichidare voluntară. Aceasta presupune:

- dizolvarea și lichidarea voluntară;
- radierea firmei.

Atunci când o firmă de exercițiu este prevăzută să activeze pe o durată determinată prin actul său constitutiv, iar asociații întrevăd oportunitatea continuării afacerii pe o perioadă mai mare, este posibilă prelungirea duratei funcționării, cu efectuarea formalităților corespunzătoare la ROCT.

Predarea firmei de exercițiu generației următoare se realizează prin cesiunea de părți sociale, respectiv transmiterea părților sociale cu titlu oneros. Se încheie contractul de cesiune între cele două părți, actualul asociat care urmează să cedeze părțile sociale deținute și viitorul asociat care va prelua părțile sociale.

Cesionarea părților sociale se poate realiza:

- la valoarea nominală a acestora (menționată în actul constitutiv al firmei de exercițiu);
- la valoare mai mare decât cea nominală.



Pentru ca cesiunea părților sociale să fie opozabilă terțelor persoane, străine de contract, aceasta trebuie înregistrată la ROCT.

Contractul de cesiune părți sociale cuprinde o clauză prin care se stabilește valoarea la care se face cesiunea (valoarea nominală a părților sociale sau la o altă valoare stabilită de către părți).

Legislația din viața economică reală prevede cesionarea părților sociale și dreptul asupra dividendelor. Dividendele care se cuvin după data transmiterii acțiunilor aparțin cesionarului, în afară de cazul în care părțile au convenit altfel.

La încheierea activității se realizează arhivarea documentelor, analiza activității și, după caz, predarea/suspendarea firmei de exercițiu, conform precizărilor ROCT.

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



La sfârșitul anului școlar se decide asupra modalității de încheiere a activității firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL, în funcție de situația existentă (derularea activității firmei de exercițiu la clasa a XI-a sau a XII-a).

În situația în care firma de exercițiu și-a desfășurat activitatea în clasa a XI-a și este continuată cu aceeași elevi în clasa a XII-a, activitățile uzuale la final de an sunt:

- analizarea activității firmei de exercițiu pentru anul școlar în curs;
- evidențierea realizărilor și îmbunătățirea aspectelor nu tocmai favorabile;
- organizarea dosarelor;
- arhivarea documentelor;
- stabilirea priorităților pentru anul următor.

Se recomandă organizarea unei mini-expoziții cu prezentarea momentelor importante, o încheiere festivă la care să participe elevii angajați în firma de exercițiu și invitații lor. În situația în care firma de exercițiu și-a desfășurat activitatea în clasa a XII-a, urmează să fie predată generației următoare (clasa a XI-a).



Cesiunea de părți sociale se face odată cu preluarea firmei de exercițiu. La sfârșitul clasei a XI-a se face doar arhivarea documentelor.

C. Activitate practică

Denumire: Încheierea activității în firma de exercițiu KULTURBIO SRL:
Firma de exercițiu KULTURBIO SRL a clasei a XII-a își încheie activitatea, prin predarea portofoliului firmei de exercițiu generației următoare.

Mod de lucru: Activitate în grup, pe departamentele din firma de exercițiu

Resurse:

- de timp: 50 minute;
- materiale: documentele firmei, dosare, despărțitoare, calculator, imprimantă, markere etc.

Sarcini de lucru:

- Luați decizia de încheiere;
- Stabiliți modalitatea de încheiere a activității în firma de exercițiu;
- Analizați activitatea derulată în firma de exercițiu;
- Arhivați documentele;
- Prezentați în plen;
- Predați documentația.

Recomandări:

- Se face o evaluare și o analiză a modalităților de încheiere a activității.
- Se repartizează sarcinile de lucru, pe modelul CE? CINE? CÂND? CUM?
- Se realizează organizarea dosarelor, arhivarea documentelor de către fiecare departament din firma de exercițiu.
- Se analizează activitatea de pe parcursul anului.
- Se realizează portofoliul de predare-primire.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Departament firmă de exercițiu _____

Nr. crt.	Explicații	Da/ Nu
1	OPIS DOCUMENTE	
2	Procesul-verbal de predare-primire a firmei de exercițiu	
3	Raport de activitate a firmei, pe întregul an școlar (inclusiv Analiza SWOT)	
4	Certificatul de înregistrare a firmei de exercițiu original	
5	Actul adițional	
6	Contractul de cesiune	
7	Organigrama	
8	Adresa de e-mail și parola	
9	Foaie personalizată	
10	Plan de afaceri	
11	Ultimul extras de cont	
12	Balanța de verificare încheiată la 30 iunie	
13	Formular de raportare semestrială, încheiat la data de 30 iunie	
14	Contul de profit și pierdere	
15	Liste de inventar	
16	Catalogul firmei	
17	Modele de materiale promoționale (pliant, prezentare PPT, spot publicitar, fluturaș, carte de impresii etc.)	

Nr. crt.	Explicații	Da/ Nu
18	Materiale de amenajare stand	
19	Copii diplome	
20	Poze, album FOTO	
21	Dosarul de marcă, CD	
22	Portofoliul de clienți	
23	Lista cu documente necomplete	
24	Plan de îmbunătățire a activității firmei de exercițiu pentru perioada următoare	
25	Arhiva documentelor din anul școlar respectiv	

Evaluarea se face de către profesorul coordonator, care verifică existența documentelor în cadrul portofoliului firmei de exercițiu.

10.2. Procesul de predare-primire a firmei de exercițiu

A. Noțiuni teoretice

Predarea-primirea se face cu ocazia transferului dreptului de proprietate asupra firmei de exercițiu de către elevii clasei a XII-a elevilor clasei a XI-a.

Pregătirea și derularea acestui proces are ca scop:

- arhivarea documentelor;
- promovarea firmei de exercițiu care se va preda;
- pregătirea portofoliului de predare - primire;
- organizarea și derularea într-un cadru festiv.

Se poate organiza în școală, un târg de prezentare a firmelor de exercițiu, pentru declanșarea dorinței de preluare, astfel încât alegerea domeniului de activitate să se realizeze în cunoștință de cauză.

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Predarea firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL se va realiza în cadru festiv. Pentru desfășurarea evenimentului în condiții optime se va realiza un plan de derulare a evenimentului, cu numirea responsabililor, a termenelor și dovezile corespunzătoare. Acest eveniment va implica toți angajații firmei de exercițiu, reprezentând astfel o garanție a reușitei.

C. Activitate practică

Denumire: Predarea-primirea firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL

Mod de lucru: Firme de exercițiu constituite/grupe de lucru

Resurse:

- de timp: 4 ore;
- materiale: calculator, imprimantă, stick, foi A4 colorate, foi A4 albe, flipchart, markere, post- it- uri colorate, materiale diverse etc.

- Sarcini de lucru:**
- Planificați evenimentul;
 - Organizați evenimentul „Predare-primire firmă de exercițiu KULTUR BIO SRL”;
 - Derulați evenimentul „Predare-primire firmă de exercițiu KULTUR BIO SRL”.

- Recomandări:**
- Se planifică activitățile de pregătire, organizare și derulare a evenimentului, împreună cu toți angajații din firma de exercițiu;
 - Se stabilesc echipe pe activități;
 - Se recomandă întocmirea unei liste de verificare de genul: CE? CINE? CUM? PÂNĂ CÂND? UNDE? etc.
 - Se încurajează elevii pentru manifestarea creativității pentru pregătirea, organizarea și derularea evenimentului.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Grupa/firma de exercițiu _____

Nr. crt.	Ce?	Cine? (Responsabil)	Termen		Cum?	Dovezi	Observații
			Intermediar	Final			
1.							
2.							
3.							
...							

Evaluarea se face de către profesorul coordonator, în funcție de reușita predării firmei de exercițiu generației următoare.

Sugestii metodice

Se pot utiliza tehnicile de creativitate din *Ghidul metodologic* de la capitolul „Instrumente”.

Se pot utiliza Fișele metodice de pe CD:

- 10_FM_Tehnici_de_rezolvare_a_problemelor_in_FE;
- 10_FM_Predarea_și_prezentarea_portofoliilor;
- 10_FM_Predarea_și_primirea_FE;
- 10_FM_instrument_de_evaluare.

Glosar de termeni

Suspendare a activității: reprezintă operațiunea de întrerupere temporară a activității firmei, în cazul în care asociații nu mai doresc să desfășoare niciun fel de activitate pe o perioadă determinată. O firma poate să își declare inactivitatea pe o perioadă ce nu poate depăși 3 ani (art. 237 alin. 2 din Legea nr. 31/1990 privind societățile comerciale). Dacă activitatea firmei a mai fost suspendată anterior, la calculul perioadei de 3 ani se vor socoti și perioadele de suspendare anterioare.

Lichidare voluntară: desființarea firmei, prin voința și sub controlul asociaților. Se desfășoară în 2 etape: dizolvarea și lichidarea voluntară (I) și radierea (II). Pentru urmarea acestei proceduri fiind obligatorie lipsa oricăror datorii ale societății către creditorii sau acordul acestora cu privire la stingerea pasivului.

Cesiune de părți sociale: transmiterea părților sociale prin act juridic cu titlu oneros către una sau mai multe persoane, care astfel vor dobândi calitatea de asociați.

Contract de cesiune de părți sociale: consemnează operațiunea juridică de cesionare a părților sociale, respectiv cedarea părților sociale de către actualul/ actualii asociați și preluarea acestora de către viitorul/ viitorii asociați.

Surse online:

www.onrc.ro

www.roct.ro







Evenimente speciale în firma de exercițiu

Motto: „Munca în echipă este capacitatea de a munci împreună, pentru a realiza o idee comună. Este sursa ce le permite oamenilor obișnuiți să atingă rezultate neobișnuite.” (Andrew Carnegie)

Motivație Evenimentele speciale la care participă firmele de exercițiu sunt prilejuri importante pentru dezvoltarea acestora. Exercițiul participării la o expoziție, la un târg sau la un alt eveniment oferă situații de exersare deosebite pentru elevii antreprenori.

Competențe și obiective

COMPETENȚE DIN FIRMA DE EXERCITIU

- Desfășoară tranzacții legate de achiziții și distribuție în țară și străinătate
- Aplică instrumente esențiale de marketing
- Dezvoltă și perfecționează competențe sociale (capacitatea de interacțiune, de rezolvare a conflictelor, spirit de echipă, responsabilitate, leadership)

OBIECTIVE PEDAGOGICE

- Să comunice într-o limbă străină
- Să dezvolte competențe TIC
- Să dezvolte competențe de învățare
- Să dezvolte competențe de exprimare culturală

COMPETENȚE SPECIALIZATE

- Aplică diverse componente ale mix-ului promoțional
- Analizează rolul marketingului în activitatea agentului economic
- Aplică tehnici de comunicare în negociere

OBIECTIVE ECONOMICE

- Să identifice cele mai eficiente mijloace de promovare
- Să participe într-un mod profesionist la un târg sau expoziție
- Să comunice eficient cu consumatorii pentru satisfacerea nevoilor acestora
- Să aleagă tipul de comunicare verbală adecvat în negociere
- Să utilizeze comunicarea scrisă în negociere
- Să aplice elemente de comunicare nonverbală în negociere

- Conținuturi tematice:**
- 11.1. Conceptul de târg al firmelor de exercițiu
 - 11.2. Criterii de evaluare în cadrul unui târg
 - 11.3. Realizarea materialelor promoționale pentru participarea la târg
 - 11.4. Pregătirea firmei de exercițiu în vederea participării la un târg
 - 11.5. Participarea la un târg al firmelor de exercițiu ca expozanți
 - 11.6. Vizitarea unui târg al firmelor de exercițiu
 - 14.7. Organizarea unui târg al firmelor de exercițiu

11.1. Conceptul de târg al firmelor de exercițiu

A. Noțiuni teoretice

Târgurile constituie o componentă importantă a sistemului instrumentelor de marketing pentru produsele și serviciile furnizate de firmele de exercițiu, dar și prilej pentru elevii vizitatori de a vedea și de a exersa conform uzanțelor procesul de negociere și tranzacționare.

Conceptul de târg al firmelor de exercițiu



La târg, elevii angajați în firma de exercițiu derulează tranzacții virtuale, dar își promovează în mod real imaginea de viitori întreprinzători/ angajați instruiți!

Factorii care influențează succesul participării la târg

Factor	Mod de realizare
Comunicare	Prin stabilirea de relații în rândul participanților la târg sau în rândul vizitatorilor, prin reclamă, prin publicitate, prin contacte personale, prin promovarea vânzărilor, prin studiu al pieței, prin cunoașterea propriei firme de exercițiu în raport cu concurența și potențialii cumpărători
Produsul sau serviciul expus	Prin calitate, marcă, gamă, fiabilitate, disponibilitate, compatibilitate
Prețurile și alte condiții financiare	Prin modalitatea de plată și garantarea acesteia sau alte facilități suplimentare
Desfacerea	Prin rețeaua de vânzări (rețeaua firmelor de exercițiu, națională și internațională)

Avantajele participării la târg a angajaților din firma de exercițiu:

- munca în echipă;
- dobândirea unor competențe antreprenoriale care facilitează inserția pe piața muncii;
- oportunitatea de a interacționa și interrelaționa cu partenerii de afaceri;
- implicarea tuturor angajaților din firma de exercițiu, pe principiul nediscriminării – un aspect important într-un sistem educațional pe deplin incluziv;
- facilitarea inițierii de contacte între angajații firmelor de exercițiu, viitorii actori de pe piața reală;
- învățarea experiențială.

Tipologia târgurilor firmelor de exercițiu**Târgurile locale și regionale** au un rol extrem de important deoarece:

- la târgurile naționale și internaționale nu pot participa toate firmele de exercițiu, din motivele spațiului limitat și din motive financiare;
- reprezintă, în același timp, un exercițiu înaintea participării la târgurile naționale și internaționale;
- este o recunoaștere a activității elevilor în cadrul firmelor;
- reprezintă un mod de publicitate a activității elevilor la nivel local;
- reprezintă o posibilitate de recunoaștere a valorii de către factorii de decizie la nivel local;
- reprezintă posibilitatea obținerii unor surse de finanțare pentru activitatea din cadrul firmei de exercițiu de la societățile comerciale reale de pe piața locală;
- îi motivează pe elevi pentru perfecționarea lor continuă.

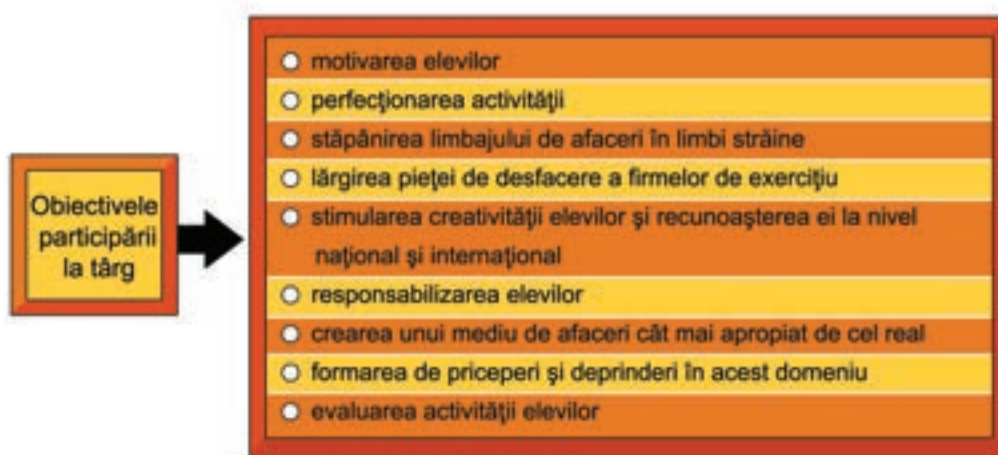
Târgurile naționale sunt un bun prilej de a întâlni firme de exercițiu din celelalte județe, de „a lua pulsul” pieței firmelor de exercițiu, de a învăța și de a lega noi prietenii. Rolul lor este complex:

- motivarea elevilor;
- perfecționarea activității în cadrul firmelor de exercițiu;
- efectuarea de tranzacții direct cu celelalte firme de exercițiu din țară;
- recunoașterea la nivel național a meritelor celor mai bune firme de exercițiu;
- exprimarea creativității elevilor.

Târgurile internaționale dau posibilitatea lărgirii pieței de desfacere, prin realizarea de contacte cu firme din alte țări. Scopul târgurilor internaționale este:

- perfecționarea în domeniul decontărilor externe;
- exersarea limbajului de afaceri în diverse limbi străine;
- identificarea diferențierilor determinate de tipul de economie specific celorlalte țări;
- cunoașterea documentației specifice și a uzanțelor comerțului internațional;
- posibilitatea afirmării firmelor pe plan internațional.

Obiectivele participării la târg



Atunci când fixați obiectivele firmei de exercițiu, puteți să le elaborați pe baza acestei structuri:



Obiectivele trebuie fixate respectând cerințele SMART.

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



SELECTAREA TÂRGURILOR FIRMELOR DE EXERCIȚIU ÎN ANUL ȘCOLAR N/N +1 FE KULTUR BIO SRL

Criterii de selecție a târgurilor:

- experiența organizatorului (local, regional, național și internațional);
- dimensiunea și posibilitățile sale financiare;
- prestigiul târgului avut în vedere;
- vechimea târgului, respectiv dacă acesta este în faza de început, de promovare și consolidare (în cursul primei sau primelor ediții) sau are tradiție.

Nr. Crt.	Denumire târg	Perioada de desfășurare	Sursa de informare
1.	Târgul Internațional al Firmelor de Exercițiu Bratislava	24.11. - 25.11	http://www.siov.sk
2.	Târgul Internațional al Firmelor de Exercițiu Praga	29.03. - 31.03.	http://www.antreprague.cz

C. Activități practice

Activitatea 1

Denumire: Fixarea obiectivelor pentru participarea la un târg internațional al firmelor de exercițiu

Mod de lucru: Pe departamente

Resurse:

- de timp: 50 minute;
- materiale: calculatoare conectate la internet, raportul financiar al firmei de exercițiu.

Sarcini de lucru: Cu ajutorul site-ului ROCT, la secțiunea **Târguri**, identificați târgurile internaționale la care ați dori să participați. Formulați obiectivele privind participarea la un târg internațional.

Recomandări:

- Obiectivele activității trebuie să fie dinainte clare tuturor elevilor.
- Angajații din firma de exercițiu trebuie să formuleze obiectivele SMART.

Instrumente de evaluare: Fișă de evaluare

Denumire FE: _____
Departament: _____
Târgul _____

Nr. crt.	Criterii de evaluare obiective	Da	Nu	Observații
1	Specificitate (S)			
2	Măsurabil (M)			
3	Atractiv (A)			
4	Realist, Posibil de atins(R)			
5	Timpul de realizare (T)			

Activitatea 2

Denumire: Formularea criteriilor de selecție a târgurilor

Mod de lucru: Pe departamente

Resurse:

- de timp: 50 minute;
- materiale: rapoartele de activitate pe departamente.

Sarcini de lucru:




- Analizați rapoartele de activitate pe departamente, stabilind punctele tari și punctele slabe;
- Stabiliți tipul de târg la care doriți să participați (local, național, internațional);
- Elaborați criteriile de selecție a târgului.

Recomandări:

- Apreciați continuu efortul depus, făcând comentarii și reacționând la performanța angajatului din firma de exercițiu;
- Puneți întrebări detaliate pentru a facilita dialogul și a încuraja angajatul din firma de exercițiu să vină cu observații, explicații și descrieri.

Instrumente de evaluare: Fișă de feedback;
Se va realiza individual, de fiecare angajat al firmei de exercițiu, pe baza unei *Fișe de feedback* pentru lucrul în grup.

Fișă de feedback

Nume și prenume	
Aspecte pozitive 	
Aspecte negative 	
Aspecte ce pot fi îmbunătățite 	

11.2. Criterii de evaluare în cadrul unui târg**A. Noțiuni teoretice**

Rolul unei manifestări expoziționale este de a pune în contact cererea și oferta. Astfel, firmele de exercițiu care fac parte din rețeaua firmelor de exercițiu, înregistrate la ROCT, trebuie să fie informate și invitate la evenimente, pentru a putea să-și atingă obiectivele propuse, și anume satisfacerea nevoilor și obținerea de profit.

În cadrul târgurilor și al expozițiilor, angajații firmelor de exercițiu se află în competiție la următoarele categorii: **prezentare (PPT), stand, vânzător, site, catalog promoțional, mascotă, tranzacții încheiate, materiale promoționale, comunicare în limbă străină.**

1. Criterii de evaluare pentru competiție – prezentare (PPT)

Nr. crt.	Criterii	Detaliere criterii
1.	Structura prezentării 20 p.	Slide-uri concentrate (max.15-16 slide-uri, conținutul este util, incitant și inovator), încadrarea în 5 minute
		Există introducere, cuprins și încheiere
		Originalitate în alegerea prezentării
2.	Elemente componente 20 p.	Numele firmei, Sigla, Motto, Obiect de activitate, Organigrama, Oferta de produse/servicii, Oferta specială, Adresa de contact
3.	Forma prezentării 20 p.	Expunere și argumentare (limbaj de specialitate, capacitate de sinteză, de analiză, argumentare, expresivitatea prezentării etc.); prezentarea este atractivă
4.	Limbajul și stilul 20 p.	Folosirea maximă a vizualului și auditivului; Imagini cu impact în prezentare: puternice, clare, adecvate, originale.
5.	Efecte speciale 20 p.	Folosirea ideii de multimedia (orice element poate susține ce se spune: imagini puternice, grafice, mișcare, contururi, titluri, marcaje etc.) Dinamism
TOTAL		100 PUNCTE

2. Criterii de evaluare a standului firmei de exercițiu

Nr. crt.	Criterii	Detaliere criterii
1.	Prezentarea standului 30 p.	<p>Înfățișarea standului, soluția etalării produselor în stand, inspiră încredere, originalitate, creativitate, atrage atenția</p> <p>Identificarea elementelor firmei de exercițiu: numele firmei, logo-ul, motto-ul, catalog, fluturași, pliante, mostre de produse, sigla, denumirea, sediul și domeniul de activitate al expozantului, mijloace grafice, diagrame, scheme, filme etc.</p> <p>Materialele folosite, aranjamentul coloristic al standului, oferă crearea unei imagini cât mai favorabile, sugestive, fiind reținută cu ușurință de către vizitatori</p> <p>Este relevant obiectul de activitate, se folosesc eficient spațiul și resursele, iluminatul este corespunzător, echilibrat</p> <p>Tematica evenimentului este relevantă la stand, în interiorul standului, vizitatorul identifică rapid, fără asistență a domeniului de informații pe care îl vizează</p>
2.	Materiale promoționale 30 p.	<p>Materialele publicitare sunt sub diferite forme, concepute și realizate de către elevi</p> <p>Originale, atractive, conțin culorile firmei</p> <p>Calitatea și cantitatea materialelor suficientă, aranjarea materialelor le face accesibile</p> <p>Informațiile oferite sunt suficiente, detaliate, convingătoare</p>
3.	Utilizarea mijloacelor audio-video 10 p.	<p>Un nivel scăzut al volumului sunetului și luminii pentru a nu deranja persoanele prezente la stand ori alte activități desfășurate concomitent</p> <p>Prezentările să fie cât mai scurte, concise</p> <p>Să fie utilizate ca o componentă integrantă a discuțiilor la stand</p>
4.	Profesionalism și serviabilitate 30 p.	<p>Personalul prezent la stand trebuie să fie un bun cunoscător al caracteristicilor produselor</p> <p>Personalul la stand denotă prezență de spirit, competență, eficiență, inspiră încredere, este instruit temeinic</p> <p>Personalul are înfățișare plăcută, agreabilă, mănuitori iscusiți ai tehnicilor de public relations și negocieri;</p> <p>Vestimentația personalului trebuie să fie office</p> <p>Realizează evidența vizitatorilor și a conținutului discuțiilor cu vizitatorii</p> <p>Există spațiu amenajat pentru negociere</p> <p>Crearea atmosferei de ospitalitate: oferirea de gustări, cafele, băuturi răcoritoare</p> <p>Curățenia la stand</p>
TOTAL		100 PUNCTE

3. Criterii de evaluare, competiția. Vânzător din firma de exercițiu

Nr. crt.	Criterii	Detaliere criterii
1.	Stabilirea contactului 10 p.	<p>Salutul: tonul folosit să fie puternic, primitor, limbaj clar</p> <p>Contactul să fie stabilit de client/personal, prezentarea funcției și poziției în firma de exercițiu printr-o afirmație sobră asupra disponibilității de a i se oferi informațiile despre anumite produse</p>
2.	Ținută 6 p.	Vestimentație unitară, accesorii, frizură adecvată, însemnele firmei existente
3.	Limbaj 10 p.	Limbaj de specialitate, fără repetări de cuvinte, fără cuvinte de umplură, formulări scurte
4.	Cunoștințe despre produs 20 p.	<p>Poate să dea informații complete despre produse</p> <p>Investigarea nevoilor, abilitatea de a perfecta vânzările</p> <p>Să știe să răspundă la întrebările suplimentare</p> <p>Să știe să găsească produsele în catalog</p>
5.	Prelucrarea documentelor 20 p.	Facturi întocmite corect, fără greșeli de calcul; este posibilă și facturarea în euro

Nr. crt.	Criterii	Detaliere criterii
6.	Realizarea vânzării 10 p.	Încheierea vânzării – perfectarea actelor de vânzare-cumpărare în condiții de succes
7.	Abilități de negociere 10 p.	Tehnica întrebărilor este utilizată cu succes, foarte convingător, pentru a identifica motivațiile vizitării standului, observațiile cu caracter critic, sugestiile sale, scopul vizitei Evitarea categorică a insistenței exagerate asupra susținerii unui anumit punct de vedere sau a unei anumite motivații Prețurile și caracteristicile produselor sunt bine argumentate
8.	Completarea OP-uri 8 p.	OP-urile întocmite corect, fără greșeli de calcul; este posibilă și facturarea în euro
9.	Comportamentul după vânzare 6 p.	Exprimare sinceră a gratitudinii Înscrierea în registrul de evidență a numelui vizitatorului, denumirii și adresei firmei de exercițiu pe care o reprezintă, conținutul pe scurt al discuției și al celor convenite cu vizitatorul, pentru a se trece la urmărirea și concretizarea acestora
TOTAL		100 PUNCTE

4. Criterii de evaluare a site-ului firmei de exercițiu

Nr. crt.	Criterii	Detaliere criterii
1.	Elemente de identificare a FE 36 p.	Numele firmei, logo-ul, motto-ul, ofertă, siglă, listă de prețuri, organigrama, date contact, nouăți, situare geografică Elementele așezate în pagină să fie scoase în evidență în mod clar, legătura dintre elemente să fie subliniată și evidentă, text structurat Elementele grafice, culori folosite, fotografiile să fie de calitate, clare, explicate în comentarii Să existe legătură între teme, oferta de informații să fie departajată de domeniul de navigație
2.	Navigare 35 p.	Pagina se încarcă rapid, revenirea la pagina de start se face cu un click pe o siglă animată de pe fiecare pagină Elementele de navigare să fie clare, explicite; se oferă un ghid „al site-ului” Câmpul de navigare să fie în permanență disponibil și vizibil Link-urile să poată fi ușor identificate și accesate, se deschid în aceeași fereastră Se indică data la care s-a efectuat ultima actualizare
3.	Grafica 15 p.	Originalitate Apelarea diferitelor pagini se face în mod consecvent Elementele de navigare și cele grafice să fie așezate în același loc pe pagină Există un forum de discuții/funcție de chat, chestionare on-line, aplicație e-commerce Paginile dispun de o configurație grafică unitară, să poată fi citită și în alte limbi
4.	Cumpărături on-line 14 p.	Ofertantul este identificat clar cu denumirea firmei, adresă, număr de telefon, eventual persoană de contact (cod fiscal etc.) Se confirmă prin email fiecare comandă primită și termenul de livrare. Ofertele se formulează în limba țării clientului Prețul de vânzare al produselor oferite este vizibil; se specifică costurile suplimentare; modalitatea de plată să fie facilă și sigură
TOTAL		100 PUNCTE

5. Criterii de evaluare catalog, firmă de exercițiu

Nr. crt.	Criterii	Detaliere criterii
1.	Componente esențiale 40 p.	Denumire firmă, slogan, siglă, prezentarea firmei, prezentarea echipei, organigramă, programul zilnic Ofertă, structurată pe principalele grupe de produse și servicii, formular de comandă, listă de prețuri, cod Cuprins, Logo-ul, date de contact: adresa, e-mail, telefon/fax
2.	Organizare eficientă 30 p.	Sucesiunea părților componente, numerotarea paginilor, accesibilitate, folosirea eficientă a spațiului fără compromiterea esteticii Prezentarea produselor, lista de coduri, accesibilitate Limba clar, corespunzător, gramatică și ortografie corectă Folosirea spațiului, fără a compromite estetica
3.	Prezentare artistică, estetică 30 p.	Culori, creativitate, formă, manufacturare, corelare cu obiectul de activitate, originalitate Structură adecvată și profesionistă, complexitatea elementelor grafice, designul excepțional și bine executat, catalog cu aspect deosebit
TOTAL		100 PUNCTE

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Planul de amenajare a standului firmei de exercițiu, KULTUR BIO, la un târg al firmelor de exercițiu

Scop: Atragerea potențialilor clienți

Obiectiv: Promovarea imaginii firmei de exercițiu

Etapele de realizare:

- Adaptarea standului expozițional la imaginea firmei de exercițiu;
- Alegerea culorilor, stilului, iluminăției;
- Stabilirea echipamentelor și materialelor necesare;
- Realizarea schiței de stand;
- Amenajarea standului cu orientare către clienți, nu către produse.

C. Activitate practică

Denumire: Cercetarea importanței participării la târguri ale firmelor de exercițiu

Mod de lucru: Pe firme de exercițiu

- Resurse:**
- de timp: 1 săptămână;
 - materiale: PC conectat la Internet, consumabile, materiale de la firma mamă, soft de specialitate.

Sarcini de lucru: Realizați catalogul de produse pentru participarea la un târg al firmelor de exercițiu.

Recomandări: Se va aloca timp pentru discuții/motivații/interpretări.

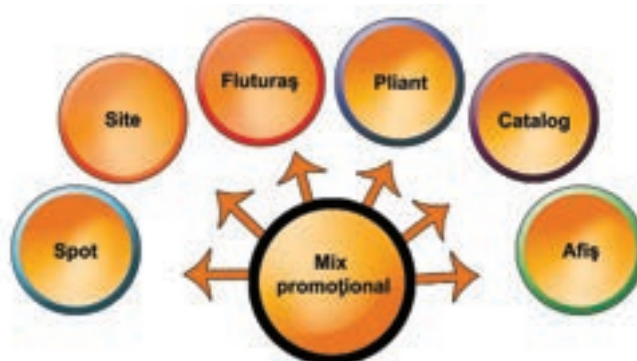
Instrumente de evaluare: Fișa de evaluare a catalogului

11.3. Realizarea materialelor promoționale pentru participarea la târg

A. Noțiuni teoretice

Materialele publicitare joacă un rol important în succesul participării la târg al firmelor de exercițiu. Acestea pot face, pe de o parte, obiectul unor concursuri organizate la nivelul târgurilor, iar pe de altă parte, pot transforma un client potențial într-un client real.

Mixul promoțional utilizat în cadrul unui târg al firmelor de exercițiu este format din:



Fluturașul firmelor de exercițiu conține puține informații, dar esențiale pentru atragerea și informarea potențialilor parteneri în cadrul târgului.

Elementele unui fluturaș sunt:

- Numele firmei de exercițiu;
- Logo-ul sau sigla;
- Sloganul;
- Numărul standului.

Pliantul promovează activitatea sau oferta unei firme de exercițiu cu ajutorul unei foi publicitare cu mai multe fețe. Avantajele folosirii unui pliant pentru promovarea firmei de exercițiu în cadrul unui târg sunt date de faptul că îmbină două funcții ale reclamei: informează publicul despre existența firmei de exercițiu și oferă informații suplimentare celor interesați.

Recomandări pentru realizarea unui pliant al firmei de exercițiu pentru participarea la târg:

- **Stil simplu.** Firmele de exercițiu partenere sau vizitatorii târgului trebuie să înțeleagă dintr-o privire despre ce este vorba. În acest sens, se recomandă folosirea unor fotografii clare, legate de produs și modalitatea de folosire a acestuia. Pentru a mări credibilitatea mesajului pliantului, se recomandă folosirea unor imagini din interiorul firmei de exercițiu, cu personalul acesteia etc.
- **Culorile** reprezintă un element de compoziție important. Se recomandă folosirea în principal a culorilor firmei de exercițiu.
- **Textul pliantului** trebuie conceput astfel încât să răspundă la întrebările „de ce ar cumpăra cineva acel produs?”, „de ce ar apela cineva la serviciile firmei de exercițiu?” De asemenea, la realizarea textului trebuie să se țină cont că firma de exercițiu vinde avantaje și nu produse simple, banale.
- **Titlul pliantului** trebuie să atragă atenția cititorului, să-l provoace pentru parcurgerea întregului pliant. Se recomandă folosirea unor cuvinte de acțiune și a clișeele verbale.
- **Feedback-ul**, adică, numele și adresa firmei de exercițiu, telefon, fax, adresa web, unde cel interesat poate obține informații suplimentare și, eventual, comanda.
- **Cuponul de comandă**, dacă pliantul face suportul unei campanii promoționale, poate conține și cupon de comandă. În acest caz, spațierea trebuie să fie corespunzătoare pentru a oferi posibilitatea participanților de a completa toate datele.

Catalogul este un rezumat al tuturor articolelor oferite de firmă, precizând caracteristicile și prețurile de vânzare. Catalogul este o adevărată vitrină a firmei de exercițiu și are rolul unui ghid pentru clienții potențiali.



Anumite târguri ale firmelor de exercițiu impun elemente obligatorii ale catalogului. Informați-vă înainte de a participa!

Structura unui catalog al firmelor de exercițiu:

- Prezentarea firmei de exercițiu și a angajaților acesteia;
- Cuprins;
- Prezentarea ofertei de produse și servicii;
- Codurile produselor;
- Numerotarea paginilor;
- Lista de prețuri;
- Formular de comandă;
- Logo;
- Informații contact: adresă, e-mail, telefon, fax;
- Coperta trebuie să conțină denumirea firmei de exercițiu. Aceasta trebuie să aibă o formă estetică, adecvată obiectului de activitate..

Afișul publicitar este un mijloc de comunicare care aduce la cunoștința publicului existența firmei de exercițiu sau a anumitor produse și servicii, propunându-și modificarea comportamentului de cumpărare.

**Funcțiile afișului,
la târgul firmelor
de exercițiu**



Recomandări pentru realizarea unui afiș publicitar:

- **Afișul este văzut de public;** el nu trebuie să argumenteze, ci doar să afirme și să repete cât mai mult afirmația făcută, realizând susținere publicitară;
- **Efect de blitz asupra receptorului.** Acesta trebuie să fie bine conceput din punct de vedere grafic, coloristic, să dispună de un titlu scurt și sugestiv;
- **Mărimea** poate varia de la formatul A2 până la afișe de tip poster de câțiva metri, în funcție de locul de expunere, de mărimea standului etc.
- **Culori recomandate:** negru-alb, negru-galben, roșu-alb, albastru-alb, verde-alb, verde-roșu, portocaliu-negru, albastru-galben, roșu-galben etc.
- **Textul afișului** trebuie să îndeplinească cumulativ mai multe condiții: tipar înalt, clar, cu spațiere; conținutul să fie sugestiv, să rețină atenția, să fie ușor de memorat, să fie provocator;
- **Ilustrația** este elementul dominant din compoziția unui afiș: să fie clară; culorile cât mai apropiate de realitate și, prin combinație, să ofere o notă de distincție; utilizarea unor simboluri cu impact mare la public sau chiar imagini cu angajați din firma de exercițiu.

Spotul publicitar este o creație complexă, deoarece conține o componentă vizuală și o componentă sonoră. Spotul este realizat fie pentru promovarea firmei de exercițiu în ansamblu, punându-se accent pe domeniul de activitate, fie pentru un anumit produs sau serviciu comercializat de către firma de exercițiu.

De regulă, **elementele unui spot publicitar** sunt:

- **Produsul firmei de exercițiu** în cadrul spotului se comportă astfel: plan mare pe produs, planuri din diverse unghiuri, toate îmbinate cu anumite particularități de utilizare și serii de efecte speciale;
- **Decorul** poate fi realist, în mediu natural sau estetic, în mediu artificial, decor unic sau combinație, cu produs plasat în decor sau în exteriorul acestuia;
- **Personajele** pot participa câte unul sau în număr mai mare, după un scenariu, având rol principal sau de figurație. Personajele sunt caracterizate prin următoarele: vârstă, sex, aspect fizic, statut social, iar raportul dintre ele poate fi diferit: copii-părinți, generații diferite (bunici – părinți - copii), colegi, prieteni etc.;
- **Componenta cinematografică** – în acest caz, putem utiliza: scenete, reportaje, desene animate sau combinații ale lor; planuri scurte sau lungi, cu derulare rapidă sau încetă;
- **Coloana sonoră**. Se poate opta pentru un fond muzical cu sau fără vocea unor personaje, cu sau fără comentarii, cu sau fără zgomote;
- **Textul** se referă la textul prezent pe ecran în timpul derulării reclamei. Având în vedere timpul de expunere scurt și necesitatea valorificării altor componente ale creației, acesta este cât mai sumar și se rezumă de obicei la sloganul firmei de exercițiu, denumirea produsului/mărcii și informațiile pentru feedback (adresă, telefon, fax, e-mail etc.);
- **Planul** se referă la măsura în care subiectul este mai apropiat sau mai depărtat. În funcție de obiectivul urmărit și mesajul transmis se pot folosi mai multe tipuri de planuri.

Site-ul firmei de exercițiu este o creație complexă și are ca scop promovarea firmei de exercițiu.

Structura unui site al firmei de exercițiu poate fi următoarea:

- Firma de exercițiu:
 - Cine suntem noi;
 - Istoric;
 - Activități;
 - Produse-servicii;
 - Departamente;
 - Portofolii de clienți;
 - Reușitele firmei de exercițiu;
- Noutăți
- Sugestii din partea clienților
- Oferte de locuri de muncă
- Logo-uri
- Newsletter

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Campania de promovare a sucului natural BIBI de la FE KULTUR BIO SRL, care s-a desfășurat sub sloganul „Îți place să bei sănătos!”, a fost difuzată pe site-ul firmei de exercițiu și la Târgul Internațional Timișoara.

Analiza campaniei de lansare a produsului „Sucul natural BIBI”

Creația publicitară cuprinde:

- Axa publicitară: FE KULTUR BIO SRL promite publicului o alimentație sănătoasă;
- Conceptul: sunt descrise avantajele consumului sucului natural;
- Tema: se creează o atmosferă de familie, cu accent pe relația firmă mamă – angajat al firmei de exercițiu.
- Titlul reclamei: „Sucul natural BIBI de la FE KULTUR BIO SRL”;
- Sloganul: „Îți place să bei sănătos!”;
- Culorile: verde, roșu;
- Fond muzical: antrenant, adecvat mediului;
- Dialog: pertinent, ușor de reținut.

Principalele coordonate ale acestei campanii de promovare:**Obiective:**

- promovarea mărcii **KULTUR BIO**, la nivel național și internațional, în rândul firmelor de exercițiu;
- creșterea vânzărilor la produsul suc natural;
- atragerea de noi cumpărători;
- obținerea poziției de lider pe piața produselor bio.

Publicul țintă:

- ținta principală: firmele de exercițiu;
- ținta secundară: copiii, angajații firmelor de exercițiu.

Durata: 9 luni**Locații:** sediile firmelor de exercițiu.**C. Activități practice****Activitatea 1****Denumire:** Campanie publicitară pe baza unui spot publicitar**Mod de lucru:** Pe firme de exercițiu

- Resurse:**
- de timp: o săptămână;
 - materiale: calculatoare conectate la Internet, cameră de filmat.

Sarcini de lucru: Realizați o campanie publicitară cu ajutorul unui spot pe baza următoarei structuri:

- Axa publicitară;
- Conceptul;
- Tema;
- Titlul reclamei;
- Sloganul;
- Culorile;
- Fond muzical;
- Dialog;
- Obiective;
- Publicul țintă;
- Durata.

- Recomandări:**
- Angajații din firma de exercițiu trebuie să lucreze în echipă;
 - Activitate potrivită pentru grupuri care lucrează împreună pe o perioadă mai lungă.

Instrumente de evaluare: Fișa de autoevaluare.

Fișă de autoevaluare a spotului

Punctaj	Titlul este cel mai important element pentru reclama tipărită și îndeplinește următoarele funcții	Da	Nu
5p	• captarea atenției		
5p	• stimularea interesului pentru mesaj		
5p	• stârnirea curiozității cititorului		
5p	• specificarea clientelei vizate		
5p	• prezentarea în rezumat a ofertei de vânzare		
5p	• evidențierea beneficiului oferit		

Punctaj	Titlul este cel mai important element pentru reclama tipărită și îndeplinește următoarele funcții	Da	Nu
	Textul:		
5p	• este concis, cu impact rapid – cuvinte scurte, fraze scurte, ușor de citit și de asimilat		
5p	• evită metaforele, excesul de adjective calificative		
5p	• are cât mai puține semne de punctuație		
5p	• evită termeni abstracți, folosește un limbaj conversațional		
5p	• evită exprimările patetice		
5p	• are mare valoare de informare		
	Sloganul:		
5p	• este scurt (șase-opt silabe)		
5p	• este sonor, pentru a fi memorat cu ușurință		
5p	• este original, pentru a ieși în evidență		
5p	• este credibil		

Activitatea 2

Denumire: Realizarea unui catalog pentru firma de exercițiu în care sunteți angajați, pentru participarea la Târgul Internațional al Firmelor de Exercițiu ROTIFE N+1

Mod de lucru: Pe firme de exercițiu

Resurse:

- de timp: o săptămână;
- materiale: calculatoare.

Sarcini de lucru:

- Stabiliți activitățile și împărțiți-le în cadrul grupului de lucru;
- Realizați catalogul firmei de exercițiu, pentru a participa la un târg internațional;
- Autoevaluați catalogul pe baza criteriilor studiate.

Recomandări:

- Încurajați angajații să aibă imaginație;
- Dați-le posibilitate salariaților să-și prezinte rezultatele.

Instrumente de evaluare: Fișa de autoevaluare

Fișa de autoevaluare

Criterii	Foarte bine	Bine	Suficient	Insuficient	Punctaj
<ul style="list-style-type: none"> • Cuprins • Numerotare pagină • Prețuri • Formular comandă • Logo • Informații contact: adresa, e-mail, fax, tel. 					
<ul style="list-style-type: none"> • Prezentarea produsului • Accesibilitate: produsele sunt prezentate într-un mod care ușurează utilizatorului accesul? • Folosirea spațiului 					

criterii	Foarte bine	Bine	Suficient	Insuficient	Punctaj
<ul style="list-style-type: none"> • Claritate • Corespunzător publicului-țintă • Gramatică și ortografie corecte 					
<ul style="list-style-type: none"> • Calitatea structurării • Complexitatea designului și a elementelor grafice • Originalitate 					

11.4. Pregătirea firmei de exercițiu în vederea participării la târg

A. Noțiuni teoretice

Pregătirea firmei de exercițiu în vederea participării la târg este o activitate complexă. Planificarea este foarte importantă pentru a participa la târg, deoarece atunci când te afli la standul expozițional nu mai ai decât puțin timp și mijloace pentru obținerea documentației și a materialelor uitate.

Fazele participării la un târg al firmelor de exercițiu



Hotărârea de participare la târg trebuie să fie o decizie colectivă a angajaților din firma de exercițiu. Această decizie se adoptă în urma unui proces de informare cu privire la oferta de târguri din anul școlar respectiv.



Folosiți o tehnică de creativitate de la capitolul *Instrumente* al acestui ghid, pentru a hotărî la ce târg ar trebui să mergeți.

Planul pregătirii firmei de exercițiu, în vederea participării la un târg

Etape	Responsabil	Termen de realizare	Rezolvat	Observații
Colectarea informațiilor despre târguri ale firmelor de exercițiu				De la www.roct.ro
Luarea deciziei de participare				Prin supunere la vot
Căutarea de sponsori				
Obținerea acordului (director, părinți)				
Înregistrarea la organizatorul târgului				Prin trimiterea formularului de înscriere la ROCT
Solicitarea unor informații detaliate (mărimea standului, sosire/plecare, cazare, costuri, procedura de plată, harta orașului, reguli de târg, comunicări importante pentru târg)				De la organizatorul târgului
Elaborarea listei de participanți				Salariații trebuie să semneze. Astfel, se angajează să participe.
Defalcarea costurilor				
Solicitarea de sprijin de la firma parteneră				Trebuie să se asigure protecția exponatelor de la firma parteneră
Rezervare cazare				
Rezervare bilete de călătorie				
Transportarea aparaturii				
Întocmirea unor liste cu lucrurile care trebuie deplasate la târg				
Organizarea de cadouri publicitare				Numai dacă se dorește
Planificarea exactă a organizării standului (schița standului, aspectul general, ecran, afișe, aparate, iluminare, elemente de decor, spațiu de depozitare, etc.)				
Repartizarea exactă a persoanelor de serviciu la stand				Stabilirea cu exactitate a sarcinilor fiecăruia
Elaborarea tuturor documentelor				Necesită foarte mult timp; este neapărat necesară o bună colaborare
Traducerea documentelor				
Training de vânzări				
Derularea tranzacțiilor				Repetăți o discuție de afaceri de la A la Z, de mai multe ori
Stabilirea vestimentației				
Achiziția de mărfuri				

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Planificarea participării la târgul ROTIFE N + 1

Nr. crt.	Activitate	Durăta zile
1	Decizia privind participarea la târg	1
2	Înregistrarea la târg	0,5
3	Stabilirea obiectivelor	0,5
4	Planificarea amenajării standului	1
5	Planificarea măsurilor de publicitare și a altor măsuri de marketing	1
6	Planificarea măsurilor privind personalul	0,5
7	Alocarea bugetului	0,5
8	Realizarea standului	2
9	Realizarea reclamei	4
10	Punerea în practică a măsurilor privind personalul	2
11	Transportul exponatelor	1
12	Excursiile de studii ale colaboratorilor	3
13	Amenajarea standului	0,5
14	Deschiderea standului	0,5
15	Activitatea din timpul târgului	2
16	Demontarea standului	0,5
17	Restituirea obiectelor împrumutate și închiriate	0,5
18	Prelucrarea datelor obținute în urma târgului	2

C. Activitate practică

Denumire: Planificarea participării la un târg național

Mod de lucru: Pe firme de exercițiu

Resurse:

- de timp: o săptămână;
- materiale: calculatoare conectate la internet, dosarele pe departamente ale firmei de exercițiu.

Sarcini de lucru: Realizați o planificare a participării la un târg național, pe baza metodei proiect.

Recomandări:

- Angajații din firma de exercițiu trebuie să lucreze în echipă.
- Activitatea de planificare și sintetizare dezvoltă gândirea critică a elevilor.

Instrumente de evaluare: Evaluarea se va realiza pe baza unui raport de activitate, realizat de fiecare angajat în firma de exercițiu.

11.5. Participarea la un târg al firmelor de exercițiu ca expozanți

A. Noțiuni teoretice

Sarcinile pe departamente:

- **Marketing:** luarea în evidență a contactului cu clienții, completarea fișierului de clienți, statistica pentru cifra de afaceri, analiza, controlling-ul;
- **Vânzări:** procesarea comenzilor din partea clienților;
- **Contabilitate:** costurile la târg, facturi la târg, realizarea de transferuri, procesarea plăților prin card de credit, supravegherea intrărilor și ieșirilor de plăți din contul bancar; contabilitatea stocurilor, expediere mărfuri
- **Achiziții:** listă de ansamblu – achiziții pentru FE, completarea catalogului pentru furnizori, procesarea facturilor intrate; listă de ansamblu pentru achizițiile colaboratorilor, evaluarea cifrei de afaceri la colaboratori.

Dacă vrei să participi la târg, urmărește pașii următori:

- Calcularea costurilor pentru târg;
- Instruirea personalului;
- Planificarea măsurilor publicitare;
- Amenajarea standului;
- Desfășurarea târgului;
- Prelucrarea informațiilor după încheierea târgului.

I. Calcularea costurilor pentru târg

Tip de costuri	Obligatoriu/ se poate renunța	Preț standard	Cost efectiv	Sursă de finanțare
Costuri inițiale				
Costuri de bază: chiria pentru stand, participare la înregistrările de catalog, racord de telefon și fax, diverse				
Amenajarea standului și costuri de construire a standului: activități grafice, arhitectură, materiale, chiria pentru dotările de stand, diverse				
Costuri de funcționare: pază, curățenie, asigurare, protocol, diverse				
Costuri de planificare și coordonare				
Costuri pentru publicitate, informații de târg, autocolante, invitații, articole de motivare, pregătirea echipei de stand, cataloage, broșuri, pliante, materiale publicitare, planșe diverse				
Costuri de transport: exponate, mijloace publicitare, aparatură, diverse				
Costuri pentru prezentare și exponate: realizare, multiplicare, măsuri de susținere a demonstrației, diverse				
Costuri de personal: costuri de călătorie, masă, cazare, diverse				
Costuri totale				

II. Instruirea personalului pentru târg

Succesul participării unei firme de exercițiu la târg depinde în mare parte de angajamentul și comportamentul angajaților firmei.

Vizitatorul activ:

- Are puțin timp la dispoziție;
- Are un plan;
- Fiecare vizitator poate fi un client potențial;
- Folosirea întrebărilor deschise (cine?, ce?).



Pierdeți vizitatorul dacă:

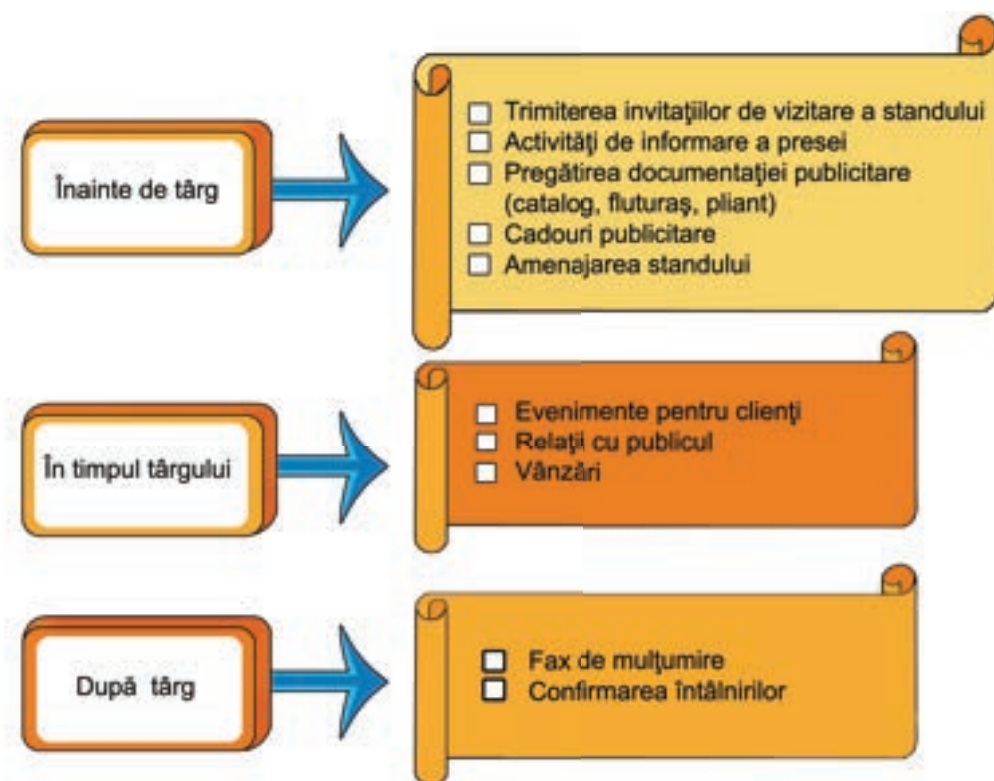
- nu rămâneți în fața standului, respectiv la stand;
- îl abordați prin „cu ce vă pot ajuta?”;
- afișați un limbaj al corpului care denotă respingere.

Instruirea personalului pentru activitatea de la stand trebuie să se concentreze asupra următoarelor aspecte de bază:

Competențele personalului la stand



III. Planificarea măsurilor publicitare



IV. Amenajarea standului

Se realizează în funcție de tipul de stand:

- Stand aliniat în rând (o singură latură deschisă);
- Stand în colț (două laturi deschise);
- Stand în capăt (trei laturi deschise);
- Stand bloc sau insular (accesibil din toate direcțiile).

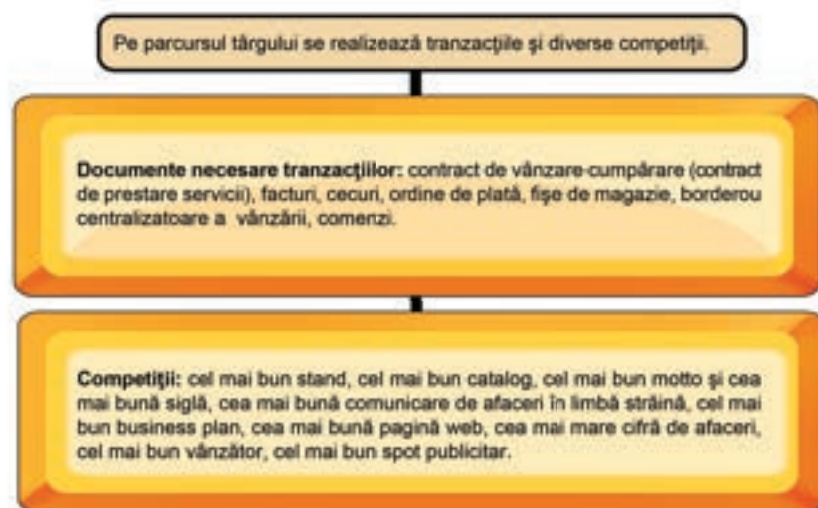
Lista de control pentru amenajarea standului

Necesar/tip de activitate	Cantitate	OK
1. Dotarea standului		
Exponate, decorațiuni		
Protocol		
Aparatura de proiectare		
Notarea planșelor și iluminarea		
Amenajare (bar, scaune, mese, fețe de masă, vitrine, rafturi, garderobă, sală de discuții etc.)		
Muzică (instalație de muzică, casete, CD-uri, difuzoare etc.)		
Birou stand (computer, imprimantă, telefon, fax)		
Depozit (rafturi, dulapuri cu cheie, bar)		
Creare ambient (lampă de odorizare, lumini)		
Unelte		
Cabluri de prelungire		
Ac și ață		
2. Materiale și aparate de birotică		
Clipboard		
Creioane, pixuri, carioci, gume de șters, hârtie, indigo, foi cu antet, plicuri, hârtie de scris etc.		
Calculator de buzunar		
Documentații comerciale (formulare de comandă, facturi, scrisori de trăsură, carnet de cecuri, ștampila firmei, tușieră, condiții comerciale etc.)		
Auxiliare pentru târg (notițe pentru târg, cărți de vizită, ecusoane cu nume, ecusoane cu indicarea limbilor străine etc.)		

Necesar/tip de activitate	Cantitate	OK
Cataloage		
Materiale publicitare (pliante, autocolante, anunțuri publicitare, cadouri publicitare)		
Material divers de birotică (perforatoare, foarfece, capsatoare, capse, bandă adezivă, lipici, rigle, ștampile, tușiere etc.)		
Dosare, mape		
Genți		
Documentație pentru eventualele jocuri de târg		
Materiale informative referitoare la târg		
Mape pentru presă		
3. Diverse		
Materiale pentru acțiuni de motivare și prezentare		
Îmbrăcămintea personalului din stand		

V. Desfășurarea târgului

Pe parcursul târgului se realizează tranzacțiile și diverse competiții.



VI. Prelucrarea informațiilor după încheierea târgului

Târgul nu este încheiat la închiderea lui oficială. Prelucrarea informațiilor obținute ia de multe ori mai mult timp decât pregătirea.

Departament	Activitate
Personal	<ul style="list-style-type: none"> Crearea unui raport propriu referitor la târg Evaluarea notițelor de târg Transmiterea dorințelor clienților către departamentele de vânzări și marketing
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> Evaluarea succesului obținut la târg Trimiterea e-mail-ului de mulțumire către clienți și sponsori
Vânzări	<ul style="list-style-type: none"> Prelucrarea comenzilor
Contabilitate	<ul style="list-style-type: none"> Control al bugetului Înregistrarea tranzacțiilor Finalizare decontari
Achiziții	<ul style="list-style-type: none"> Achiziționarea produselor sau serviciilor care nu au fost disponibile

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Notițe la târg

Notițele la târg sunt o modalitate de evidență a contactelor realizate, aceasta constituind ulterior o bază de evaluare a participării FE la târg și oferind informații utile, în vederea continuării comunicării cu partenerii de la alte firme de exercițiu participante.

Notițe pentru târg		Firma de exercițiu	
Partener de discuție:	Cărțile de vizită vor fi lipite aici:		
Nume:			
Firma:			
Departament:			
Strada:			
Cod poștal și localitate:			
Telefon:			
Telefax:			
E-mail:			
Alți parteneri de discuție:			
Tipul de întreprindere:			
Domeniu de activitate:	<ul style="list-style-type: none"> • Secretariat • Contabilitate • Vânzări • Personal • Altele 	<ul style="list-style-type: none"> • Asistent • Achiziții • Marketing • Conducere 	
Mărimea întreprinderii:	<ul style="list-style-type: none"> • 0-10 angajați • 15-20 angajați • 25 sau mai mult 	<ul style="list-style-type: none"> • 10-15 angajați • 20-25 angajați 	
Conținutul discuției:	<ul style="list-style-type: none"> • Oferta • Comanda 	<ul style="list-style-type: none"> • Catalog • Consiliere 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Doriți informații suplimentare • Da • Nu 		
	<ul style="list-style-type: none"> • Dacă da, care? 		
Notițe:			

C. Activitate practică

Denumire: Proiectul participării la un târg al firmelor de exercițiu

Mod de lucru: Pe departamente

Resurse:

- de timp: o săptămână;
- materiale: foi de hârtie, pixuri, calculatoare conectate la internet.

Sarcini de lucru: În grupe de lucru, realizați un un proiect privind participarea la un târg al firmelor de exercițiu, național sau internațional, după următoarea structură:

- Calculați costurile pentru târg;
- Instruiți personalul;
- Amenajați standul;
- Planificați măsurile publicitare;
- Realizați documentele și materialele publicitare necesare în cadrul târgului;
- Întocmiți documentele de culegere a informațiilor după încheierea târgului.

Recomandări:

- Angajații din firma de exercițiu trebuie să lucreze în echipă.
- Activitatea dezvoltă spiritul de echipă, puterea de argumentare.

Instrumente de evaluare: Evaluarea va urmări munca în echipă și se va face pe baza unei fișe de evaluare a activității elevului.

Fișe de evaluare a activității elevului

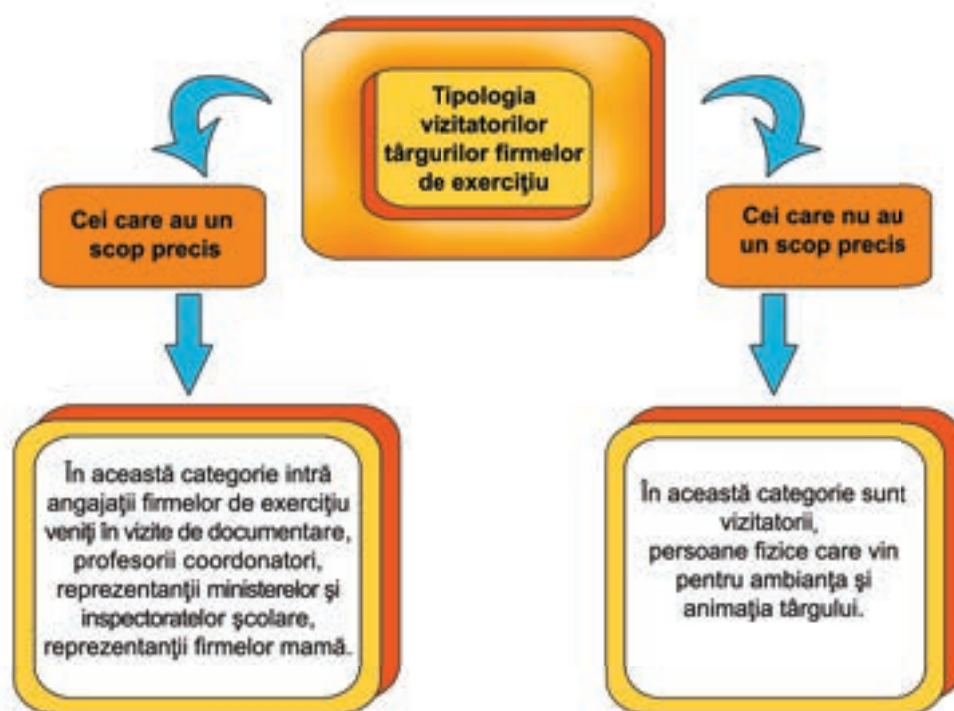
Nume și prenume elev: _____

Firma de exercițiu: _____

Criteriul	Da/Nu	Observații
Activitățile întreprinse în cadrul proiectului se raportează adecvat la tema proiectului		
Abordarea temei proiectului a fost făcută dintr-o perspectivă personală, candidatul demonstrând reflecție critică		
Realizarea sarcinilor de lucru stabilite prin planul proiectului a fost făcută conform planificării inițiale		
Situațiile-problemă cu care s-a confruntat angajatul din firma de exercițiu pe parcursul executării proiectului au fost rezolvate cu ajutorul colegilor		
La realizarea sarcinilor de lucru din cadrul proiectului angajatul din firma de exercițiu a făcut dovada efortului personal, a originalității soluțiilor propuse, a imaginației în abordarea sarcinii		
Soluțiile găsite de către angajatul din firma de exercițiu pentru rezolvarea problemelor practice au o bună transferabilitate în alte contexte practice		

Profesor coordonator,

11.6. Vizitarea unui târg al firmelor de exercițiu

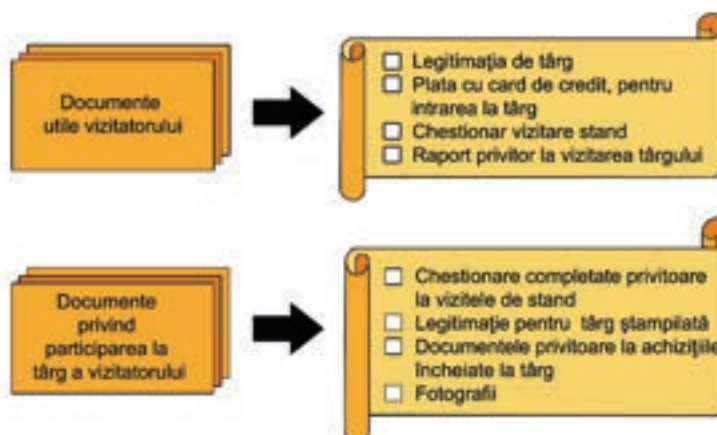


Obiectivele vizitatorilor pentru perioada târgului:

- obținerea de informații cu caracter general;
- crearea imaginii generale asupra produselor și serviciilor etalate în standuri;
- identificarea și selectarea de noi furnizori;
- dezvoltarea competențelor antreprenoriale;
- exersarea negocierii și comunicării;
- realizarea tranzacțiilor comerciale;
- dezvoltarea relațiilor interpersonale.

Obiectivele vizitatorilor după închiderea târgului:

- consultarea, studierea, evaluarea și valorificarea materialelor informative și a documentațiilor obținute;
- discuții și negocieri ulterioare cu reprezentanții unor firme de exercițiu participante la târg;
- schimburi de idei și informații cu colegii de specialitate, care au vizitat același târg sau alte târguri cu profil și tematică similară;
- discuții de specialitate cu colegii din clasă, care nu au avut posibilitatea să viziteze târgul, precum și informarea acestora asupra domeniilor și aspectelor de interes;
- raportarea asupra activității desfășurate cu ocazia târgului și prezentarea de sugestii.



B. Exemple de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Cardul vizitatorului

Nume: _____

FIRMA DE EXERCIȚIU: _____

Clasă: _____

Firma de exercițiu – produs achiziționat	Cheltuieli	Credit rămas
Credit de început: 3 000 euro		

Legitimație

Legitimație

Nume și prenume _____

FIRMA DE EXERCIȚIU: _____

Semnătură administrator: _____

Chestionar vizită stand

Vizitare stand	Evaluarea standului vizitat
Firma de exercițiu: _____	<ul style="list-style-type: none"> • începutul vizitei • sfârșitul vizitei
Contact	<ul style="list-style-type: none"> • a fost inițiat de dumneavoastră sau, • a fost inițiat de personalul de la stand
Cum s-a realizat contactul?	<ul style="list-style-type: none"> • contact vizual al asistentului de stand • un gest de invitație • un salut
Imaginea personalului de stand	<ul style="list-style-type: none"> • o uniformă • ținută business • îmbrăcăminte cu emblema firmei
	Vi s-au oferit materiale promoționale: <ul style="list-style-type: none"> • pliante • fluturași • prospecte
	Vi s-a oferit să luați loc? Da Nu
	Personalul aflat la stand s-a ocupat în timpul discuției cu dumneavoastră și de alți vizitatori? Da Nu
Comportament de consiliere	Considerați ca ați beneficiat de o consiliere bună? Da Nu

Vizitare stand	Evaluarea standului vizitat
	Asistența standului a luat notă de dorințele dumneavoastră? Da Nu
Prețul	Când a fost anunțat prețul? • la început • la mijloc • la sfârșitul discuției
Încheiere	Cine a încheiat discuția de vânzare? • vânzătorul • dumneavoastră
Observații	

C. Activitate practică

Denumire: Realizarea chestionarelor de evaluare a activității participanților la târg, în calitate de vizitatori

Mod de lucru: Pe firme de exercițiu

Resurse:

- de timp: 50 minute;
- materiale: foi de hârtie, pixuri, calculatoare.

Sarcini de lucru: Realizați un chestionar de evaluare a activității elevilor participanți la târg.

Recomandări:

- Angajații din firma de exercițiu trebuie să lucreze în echipă.
- Activitatea dezvoltă spiritul de echipă, puterea de argumentare.

Instrumente de evaluare: Evaluarea se va realiza pe baza unei fișe de monitorizare privind calitatea chestionarului.

Fișă de monitorizare Aprecierea calității chestionarului

Nume și prenume elev: _____

Firmă de exercițiu: _____

Criteriul	Da/Nu	Observații
1. Chestionarul are validitate în raport cu: tema, scopul, obiectivele propuse la târg?		
2. Chestionarul respectă regulile de întocmire?		
3. Întrebările sunt clare, fără să producă confuzii?		
4. Redactarea chestionarului demonstrează o bună logică și argumentare a ideilor?		
5. Chestionarul culege informații folositoare firmei de exercițiu?		

Coordonatorul firmei de exercițiu

_____ **Data** _____

11.7. Organizarea unui târg al firmelor de exercițiu

A. Conținuturi tematice

Planificarea și organizarea târgurilor/expozițiilor firmelor de exercițiu se realizează în urma unui studiu corespunzător de marketing.

Avantajele organizării de târguri și expoziții ale firmelor de exercițiu:

- Realizarea **contactului direct** cu alte firme de exercițiu, necesar realizării de tranzacții;
- Stimularea **dialogului** datorită ambianței specifice și încheierea de contracte;
- Realizarea de **negocieri**: angajații firmelor de exercițiu învață să facă afaceri și își dezvoltă încrederea în forțele proprii și a spiritului de echipă;
- Câștigarea **experienței practice**. După încheierea târgului, se realizează executarea livrărilor, realizarea contractelor și decontarea facturilor.
- Observarea **concurenței**.

Recomandări:

Motivele organizării de târguri și expoziții ale firmelor de exercițiu:

- Promovarea imaginii instituției organizatoare, dar și a firmelor de exercițiu în comunitate;
- Identificarea principalelor tendințe ale pieței firmelor de exercițiu;
- Impulsionarea vânzărilor – prețuri promoționale oferite partenerilor firmelor de exercițiu;
- Rezultatele pozitive obținute în urma participărilor anterioare la târgurile firmelor de exercițiu.

Instrumente de evaluare:

Etapetele organizării unui târg al firmelor de exercițiu:

1. Luarea deciziei de organizare a târgului;
2. Stabilirea echipei de organizare;
3. Identificarea locației și a surselor de finanțare;
4. Anunțarea ROCT-ului cu privire la organizarea târgului;
5. Promovarea târgului pe site-ul www.roct.ro;
6. Înscrierea participanților;
7. Realizarea catalogului târgului;
8. Planificarea și organizarea activităților conexe (ceremonia deschiderii oficiale, simpozioane, conferințe, seminarii, parade ale modei etc.).

Criterii de editare a catalogului târgului:

- să fie editat în limba țării în care se organizează târgul și cel puțin în una, două limbi de mare circulație internațională: engleză, franceză, germană;
- să fie atent și clar structurat, pe secțiuni distincte, cum ar fi:
 - informații utile despre organizator, târg și complexul expozițional;
 - localizarea standurilor expozanților;
 - lista expozanților în ordinea alfabetică a denumirii acestora, cu adresele lor complete, denumirea școlii de proveniență;
 - lista sponsorilor.

Accesul în incinta târgului se realizează prin:

- **legitimații de intrare** pentru personalul expozanților, valabile pentru toată perioada de pregătire, desfășurare a târgului și eliberare sau demontare a standurilor, respectiv de închidere a târgului, distribuite în mod obișnuit gratuit;
- **legitimații sau invitații de intrare pentru personalități oficiale/invitați de onoare**, valabile pentru întreaga perioadă a târgului, ori pentru ziua deschiderii oficiale a târgului;
- **tichete sau bilete de intrare** pentru vizitatori;
- **permise de intrare** gratuite, pentru autoturismele și autovehiculele pentru transportul expozanților și a exponatelor etc.

Personalul organizator al târgului este format din:

- angajați ai firmelor de exercițiu din unitatea organizatoare;
- coordonatorii firmelor de exercițiu și profesori ai unității organizatoare.

B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Fișa de organizare a evenimentului

Târgul firmelor de exercițiu „...”		
Data		
Ora		
Locul de desfășurare		
Organizator	<ul style="list-style-type: none"> • Coordonarea proiectului • Echipa de proiect • Contact 	
Invitați		
Membrii juriului	Președinte, Membrii juriului	
Număr expozați		
Număr participanți		
Comitet de organizare	Responsabil	Semnătura
Amenajarea sălii de expoziție <ul style="list-style-type: none"> • realizare proces-verbal predare-primire stand • primirea-predarea standurilor • dotarea standurilor cu curent, conexiune internet • repartizarea standurilor Amenajarea sălii de prezentare <ul style="list-style-type: none"> • asigurarea echipamentului audio-video • monitorizarea prezentărilor • supravegherea sălii de prezentare Amenajarea bufetului pentru invitații oficiali <ul style="list-style-type: none"> • aprovizionarea bufetului • aranjarea bufetului • asigurarea servirii preparatelor 		
Invitații <ul style="list-style-type: none"> • elaborarea listei de invitați • elaborarea textului invitației • expedierea invitațiilor • confirmarea participării firmelor de exercițiu • publicarea pe site-ul organizatorului a listei finale cu firmele de exercițiu acceptate – 10 zile înainte de eveniment 		
Promovarea evenimentului <ul style="list-style-type: none"> • invitarea mass-media locale la eveniment • elaborarea anunțului pentru media • pregătirea materialelor pentru mass-media • realizarea și lipirea de afișe • realizarea și distribuirea de pliante • realizarea și distribuirea mapelor invitațiilor • realizarea banner-ului • postarea pe site-ul organizatorului a materialelor 		

Târgul firmelor de exercițiu „...”		
Pregătirea materialelor <ul style="list-style-type: none"> pregătirea unui chestionar vizând activitatea firmelor la târg realizarea regulamentului târgului stabilirea taxei de stand realizarea, afișarea programului târgului pregătirea mapelor pentru participanți pregătirea ecusoanelor pentru organizatori afișarea programului și a programării prezentărilor afișarea criteriilor de evaluare pentru concursuri redactarea instrucțiunilor pentru folosirea cardurilor și a borderourilor primirea-expedierea materialelor pentru expozații indirecte diplome pentru participanții la concursurile: stand, catalog, prezentare, vânzător, site-ul firmei de exercițiu, materiale promoționale, număr de tranzacții, mascotă 		
Asigurarea secretariatului târgului <ul style="list-style-type: none"> realizarea agendei de târg înregistrarea firmelor invitate la eveniment întâmpinarea participanților întâmpinarea invitaților și a vizitatorilor afișarea listei firmelor participante distribuirea cardurilor distribuirea standurilor distribuirea borderourilor asigurarea completării listei de participanți împărțirea chestionarelor și asigurarea completării lor completarea diplomelor pentru premianți 		
Realizarea de fotografii, filmări		
Activități la târg: <ul style="list-style-type: none"> prezentarea programului activităților la târg întâlniri elevi – agenți economici întâlnire directori FE întâlnire profesori FE festivitate de deschidere derularea concursurilor centralizarea notelor pregătirea listei cu premianții târgului decernarea premiilor închiderea oficială a târgului firmelor de exercițiu realizarea statistică oficială transmiterea rezultatelor la ROCT 		

Tip de cheltuieli	Cost efectiv	Cine răspunde?	Semnătura
Cheltuieli de înregistrare <ul style="list-style-type: none"> Tipărirea de formulare de înregistrare Tipărirea de ecusoane și confecționarea suporturilor Tipărirea de invitații Confecționarea și pregătirea seturilor de mape pentru participanți Amenajarea spațiului și mobilierului pentru seminar/conferință Procurarea de articole și echipament birotică 			
Cheltuieli promoționale pentru atragerea participanților <ul style="list-style-type: none"> Tipărirea invitațiilor și a materialelor promoționale Expedierea la poștă Plicuri pentru corespondență Cheltuieli de curierat Apeluri și servicii telefonice prin fax și e-mail 			

Cheltuieli privind programele pentru participanți <ul style="list-style-type: none"> • Pregătirea prezentatorilor și a moderatorilor • Cheltuieli transport • Cheltuieli masă • Cheltuieli cazare • Amenajarea încăperilor pentru seminarii, aparate audio-vizuale 			
Cheltuieli privind echipamentul audio-video			
Cheltuieli pentru lucrări de amenajare, decorare spațiu târg/expoziție <ul style="list-style-type: none"> • Amenajarea, decorarea, inspecția • Iluminat specific, proiectoare, afișe, suporturi • Pupitre și semne grafice de îndrumare și informare • Manoperă și lucrări de instalare • Amenajarea și decorarea spațiilor de primire, găzduire și petrecere timp liber 			
Cheltuieli cu promovarea, lansarea și administrarea evenimentului <ul style="list-style-type: none"> • Tipărirea de pliante, prospecte și alte materiale promoționale • Elaborarea și tipărirea regulamentului și regulilor de organizare, comportament și siguranță • Proiectarea și amenajarea de spații de expunere • Expedierea și cheltuieli de poștă pentru invitații și materiale promoționale • Plicuri, hârtie, rechizite pentru corespondență • Închirierea spațiului de expunere • Construcția standurilor • Sondaje de opinie și de testare a pieței expozanților • Mobilier și echipamente pentru standuri: mese, scaune, priză etc. • Angajarea și retribuția personalului temporar pentru: pază, curățenie, protocol etc. • Tipărirea catalogului și a materialelor de prezentare a evenimentului • Desfășurător pe activități pentru participanți 			
Cheltuieli administrative <ul style="list-style-type: none"> • Regie și întreținere, aprovizionare, materiale de curățenie • Personal angajat temporar • Cheltuieli de deplasare în scopul programării evenimentului • Cheltuieli de transport al materialelor • Facilități pentru reprezentanții mass-media • Organizarea de întâlniri, cocktailuri, recepții 			

C. Activități practice

Activitatea 1

Denumire: Planificarea organizării unui târg al firmelor de exercițiu

Mod de lucru: Pe departamente

Resurse:

- de timp: 3 ore;
- materiale: PC conectat la Internet, consumabile, imprimantă, fișe de lucru, chestionare.

Sarcini de lucru:

- Schițați amenajarea sălii de expoziție;
- Pregătiți materialele promoționale pentru organizarea târgului;
- Realizați agenda târgului;
- Stabiliți activitățile care se vor desfășura la târg.

Recomandări:

- Se va aloca timp pentru discuții/motivații/interpretări.
- Nu se admit discuții pe durata prezentării rezultatelor.
- Se iau în considerare rezultatele la activitatea ulterioară.

Instrumente de evaluare: Fișa de observare sistematică

Numele angajatului	Ascultare activă	Folosește adecvat limbajul trupului	Solicită informații	Oferă informații	Exprimă opinii	Susține cu exemple	Ordonează argumente

Activitatea 2

Denumire: Stabilirea bugetului de chetuieli, în vederea participării la târguri ale firmelor de exercițiu.

Mod de lucru: Pe departamente

Resurse:

- de timp: 3 ore;
- materiale: PC conectat la Internet, consumabile, imprimantă, fișe de lucru, chestionare.

Sarcini de lucru: Realizați bugetul în vederea participării la târgurile firmelor de exercițiu, ținând cont de: cheltuielile de bază, cheltuielile pentru stand, cheltuielile pentru servicii specializate, cheltuielile pentru curățenie, depozitare, cheltuieli pentru personalul propriu, alte cheltuieli.

Recomandări:

- Se va alocă timp pentru discuții/motivații/interpretări.
- Nu se admit discuții pe durata prezentării rezultatelor.
- Se iau în considerare rezultatele la activitatea ulterioară.

Instrumente de evaluare: Fișa de observare sistematică

Numele angajatului	Ascultare activă	Folosește adecvat limbajul trupului	Solicită informații	Oferă informații	Exprimă opinii	Susține cu exemple	Ordonează argumente

Sugestii metodice

Se pot utiliza tehnicile de creativitate din *Ghidul metodologic* de la capitolul „Instrumente”

Se pot utiliza Fișele metodice de pe CD:

- 11_FM_Selectarea_târgurilor_firmelor_de_exercițiu_în_anul_școlar_n-n+1”;
- 11_FM_Chestionar_organizare_târg;
- 11_FM_Bugetul_de_chetuieli_al_participării_la_eveniment;
- 11_FM_Realizarea unei campanii_promoționale_prin_spot_publicitar.

Glosar de termeni

A comunica: a face cunoscut, a da de știre, a informa, a înștiința, a spune.

A prezenta: a înfățișa publicului un spectacol, aspectele unei activități, rezultatele unei cercetări.

A expune: a prezenta, a reda prin cuvinte, a face cunoscut, a relata, a explica.

Chestionar: instrument folosit pentru colectarea de date primare în cercetarea de marketing. Acesta constă dintr-un set de întrebări, la care persoanele investigate urmează să răspundă.

Culegerea informațiilor: se poate face prin interviu personal, prin telefon, prin poștă, prin Internet.

Comportament: modalitate de a acționa în anumite împrejurări sau situații; conduită, purtare, comportare; ansamblul manifestărilor obiective ale animalelor și ale oamenilor prin care se exteriorizează viața psihică.

Dialog: convorbire între două persoane.

Negociere: acțiunea de a negocia și rezultatul ei; tratative, discuție, tratare.

Raport: legătură între două sau mai multe persoane, obiecte, fenomene, noțiuni pe care gândirea omenească o poate constata și stabili; relație.

Ținută: atitudine, poziție pe care o dă cineva corpului său; fel de a fi sau de a se comporta față de cineva sau de ceva; comportare, atitudine; mod de a se îmbrăca, de a se prezenta în societate.

Târg: loc special amenajat unde se vând și se cumpără produse. Desfacere sau achiziționare de mărfuri în acest loc; operație de vânzare-cumpărare. A cădea de acord asupra unei afaceri.

Expoziție: prezentare organizată publică a unor obiecte selecționate, pentru a pune în lumină specificul unei activități. Loc sau clădire special amenajate unde sunt expuse aceste obiecte.

Stand: spațiu amenajat cu vitrine, mese, panouri etc. pentru aranjarea, într-o expoziție, târg, într-un magazin etc. a obiectelor care trebuie expuse.

Materiale promoționale: orice fel de obiect care prin utilitate și personalizare reușește să trimită mesajul dorit către publicul/consumatorii vizați de campania voastră.

Catalog: listă, caiet, registru, sistem de fișe etc. care conține o înșirare metodică, după anumite criterii și cu anumite scopuri, de nume de produse/servicii.

Cercetare de marketing: set de tehnici și principii pentru culegerea, înregistrarea, analiza și interpretarea sistematică a datelor care îi pot ajuta pe decidenții implicați în domeniul marketingului bunurilor, serviciilor sau ideilor.

Exponat: obiect expus într-un stand, expoziție sau vitrină.

Siglă: prescurtare convențională formată din litera inițială sau din grupul de litere inițiale folosite în inscripții, în manuscrise etc. pentru a evita cuvintele sau titlurile prea lungi.

Buget de cheltuieli: plan de perspectivă a veniturilor și cheltuielilor a firmei de exercițiu pentru o anumită perioadă de timp (de regulă, pentru un an).

Sondaje de opinie: anchetă care urmărește cunoașterea părerilor oamenilor în diferite probleme.

Interviuri: tehnică prin care obținem, prin întrebări și răspunsuri, informații de la indivizi și grupuri umane, în vederea verificării ipotezelor sau pentru descrierea științifică a fenomenelor socio-umane.

Etalarea mărfurilor: un ansamblu de procedee și reguli de prezentare a mărfurilor cu scopul de a pune în valoare produsul.

Bibliografie

1. Balaure, Virgil – *Tehnici promoționale*, București, Editura Uranus, 1999.
2. Balaure, Virgil – *Marketing*, București, Editura Uranus, 2000.
3. Belch, G. – *Introduction to Advertising&Promotions*, Editura MA, 1993.
4. Bonnange, C.; Thomas, Ch. – *Eseu despre comunicarea publicitară*, București, Editura Trei, 1999.
5. Caluschi, Cezar – *Relații publice moderne*, Editura Nord-Est, Iași, 1998.
6. Coman, Cristina – *Relații publice: principii și strategii*, Iași, Editura Polirom, 2001.
7. Cristache, Nicoleta – *Managementul comunicării – strategii de promovare a firmelor românești*, București, Editura Bren, 2004.
8. Cristache, Nicoleta; Susanu, Irina Olimpia – *Comunicarea de marketing în activitatea organizației*, București, Editura Didactică și Pedagogică, 2005.
9. Kotler, Philip – *Managementul marketingului*, București, Editura Teora, Ediția a V- a, 2008.
10. Kotler, Philip; Armstrong, Gary – *Principiile marketingului (traducere)*, București, Editura Teora, 2008.
11. Pop, N. Al., (coord.); Andronov, E. D; Kouzmanova, M.; Lefter, C-tin; Schmengler, H. J. – *Marketing strategic*, București, Editura Economică, 2000.
12. Zamfir, Moise – *Târguri și expoziții*, Cluj- Napoca, Editura Dacia, 2007.





Competiția „Business Plan”

Motto:

„Marile incendii se nasc din scânteii mici.” (Cardinal Richelieu)

Motivație

Angajații firmei de exercițiu sunt stimulați să vină în permanență cu idei noi pentru dezvoltarea afacerii proprii (chiar dacă aceasta este virtuală). Fiind vorba despre o competiție, angajații firmei de exercițiu sunt obișnuiți cu rigorile și metodologia de concurs. Ideile nu trebuie păstrate, ele trebuie valorificate.

Competențe și obiective

COMPETENȚE DIN FIRMA DE EXERCIȚIU	COMPETENȚE SPECIALIZATE
<ul style="list-style-type: none"> • Să ia decizii privind finanțarea afacerii • Să ia decizii privind realizarea investițiilor 	<ul style="list-style-type: none"> • Determină sursele proprii și străine în derularea unei afaceri • Utilizează registrele și documentele obligatorii în derularea unei afaceri • Analizează informațiile economico-financiare din bilanț
OBIECTIVE PEDAGOGICE	OBIECTIVE ECONOMICE
<ul style="list-style-type: none"> • Să dezvolte competențe personale (eficiența la locul de muncă, flexibilitatea, proactivitatea, orientarea spre rezultate, seriozitatea, comportamentul adecvat, dorința de a învăța continuu, managementul timpului), cu scopul eficientizării activității la nivel de firmă • Să dezvolte competențe sociale (comunicare interpersonală, lucru în echipă, rezolvarea de probleme, leadership) pentru dezvoltarea activității profesionale 	<ul style="list-style-type: none"> • Să identifice tipurile de surse de finanțare • Să selecteze sursele proprii de finanțare ale agentului economic și caracteristicile acestora • Să selecteze sursele străine de finanțare după natură, scadență și caracteristicile lor • Să compare informațiile din bilanț pentru perioada curentă cu cele din perioada precedentă • Să calculeze indicatorii pe baza informațiilor din bilanț • Să identifice documentele și registrele obligatorii în derularea unei afaceri

- Conținuturi tematice** 12.1. Prezentarea metodologiei competiției „Business Plan”
12.2. Organizarea competiției „Business Plan”

12.1. Prezentarea metodologiei competiției „Business Plan”

A. Noțiuni teoretice

Metodologia de desfășurare și organizare a competiției Business Plan este structurată astfel:

1. Obiective:

- Sprijinirea dezvoltării competențelor antreprenoriale;
- Corelarea pregătirii teoretice cu pregătirea practică;
- Familiarizarea elevilor cu activitățile specifice mediului economic real;
- Dezvoltarea unei gândiri critice și asumarea responsabilităților;
- Încurajarea colaborării între firmele de exercițiu și mediul real economic.

2. Organizatori:

- Ministerul Educației, Cercetării, Tineretului și Sportului;
- Centrul Național de Dezvoltare a Învățământului Profesional și Tehnic;
- Centrala Națională a Firmelor de Exercițiu – ROCT;
- KulturKontakt Austria;
- Parteneri sociali.

3. Participanți:

- Elevi din clasele a XI-a și a XII-a din învățământul profesional și tehnic, profil Servicii

4. Nivel de desfășurare:

- local, județean, regional și național

5. Comisia de evaluare:

- este formată din: președinte, secretar și membri evaluatori, fiecare având sarcini bine definite.

Președintele comisiei:

- coordonează procesul de selecție;
- asigură transparența și imparțialitatea procesului.

Secretarul comisiei:

- îndeplinește sarcinile administrative pe parcursul desfășurării procesului de evaluare.

Membrii evaluatori:

- verifică proiectele primite pe baza criteriilor prevăzute în metodologie;
- completează grila de evaluare pentru fiecare proiect.

6. Documentația utilizată:

- Formular – Cerere de participare la competiție;
- Structura proiectului Business Plan (a Planului de afaceri);
- Formular (grilă) de evaluare.



Metodologia de desfășurare a competiției „Business Plan” se află postată pe pagina web a Centralei ROCT și pe cea a C.N.D.I.P.T. Cele mai importante aspecte sunt sistematizate în schema de mai jos:

Reprezentarea schematică a metodologiei „Business Plan”



15.2. Organizarea competiției „Business Plan”

A. Noțiuni teoretice

Competiția „Business Plan” este organizată după un grafic bine stabilit:

- Prima etapă: **înscrierea în competiție**, prin completarea documentului formular-cerere de participare transmis on-line la ROCT;
- A doua etapă: **competiția propriu-zisă** – susținerea Planului de afaceri în fața membrilor evaluatori de către angajații din firma de exercițiu;
- A treia etapă: Comisia de evaluare anunță **rezultatele concursului**. Firma de exercițiu care a obținut punctajul cel mai mare participă la faza următoare.



Implicarea partenerilor sociali în această competiție este foarte importantă și are rezultate benefice pentru ambele părți:

- angajații firmei de exercițiu au ocazia să înțeleagă derularea unei afaceri într-un mediu real;
- partenerii sociali se implică direct în formarea viitorilor angajați, în vederea dezvoltării acelor competențe cerute pe piața muncii.

Planul de afaceri întocmit trebuie să respecte o anumită structură prevăzută prin metodologie.

**Structura
proiectului
„Business Plan”
(a planului
de afaceri)**

**TITLU
Rezumat**

1. Informații generale privind firma de exercițiu

2. Descrierea firmei de exercițiu

2.1. Descriere firmă de exercițiu

- domeniul de activitate (comerț, servicii);
- cod CAEN;
- viziune, misiune, strategie.

2.2. Obiectivele proiectului

- obiective cuantificabile (cifra de afaceri, profit, număr salariați);
- durata de implementare;
- activitățile desfășurate;
- resurse materiale implicate, resursele umane ale firmei de exercițiu;
- descrierea resurselor umane.

3. Managementul proiectului

- descrierea activităților proiectului.

4. Utilizarea noilor tehnologii și promovarea societății informaționale

- 4.1. Societatea informațională și noile tehnologii;
- 4.2. Impactul asupra mediului și eficiența energetică.

5. Ideea de afaceri

- 5.1. Prezentarea ideii de afaceri;
- 5.2. Obiective cuantificabile (cifra de afaceri, profit, număr salariați);
- 5.3. Durata de implementare;
- 5.4. Activitățile preconizate;
- 5.5. Resurse (materiale, financiare, umane, informaționale) necesare.

6. Finanțarea afacerii

- 6.1. Necesarul de finanțare;
- 6.2. Sursele de finanțare.

7. Marketingul afacerii

- 7.1. Clienții;
- 7.2. Furnizorii;
- 7.3. Concurența;
- 7.4. Promovarea;
- 7.5. Distribuția.

8. Perspective de dezvoltare

- 8.1. Indicatori de eficiență economică: rentabilitate, solvabilitate, indicatori de risc, necesar de fond de rulment, fond de rulment, trezorerie netă (cash - flow);
- 8.2. Impactul asupra mediului;
- 8.3. Premise ale dezvoltării pe piața reală.



Grila de evaluare folosită de către membrii evaluatori este foarte utilă în perioada de întocmire a planului de afaceri ce urmează să intre în competiție.

Nr. crt.	Criteriul de evaluare	Motivarea deciziilor/ de ce?	Punctaj acordat	Punctaj obținut	Observații
5.	Modul de prezentare în cadrul competiției A. Elemente de comunicare nonverbală <ul style="list-style-type: none"> • limbajul trupului (expresia feței, gesturi, poziția corpului) • limbajul spațiului (utilizarea corespunzătoare a spațiului destinat prezentării) • limbajul timpului (punctualitatea, încadrarea în timp pe durata prezentării) • limbajul prezenței personale (vestimentație adecvată mediului de afaceri) B. Elemente de comunicare verbală <ul style="list-style-type: none"> • structură clară și accesibilă a prezentării • stil de comunicare clar, credibil, eficient 		10 pct.		
	TOTAL		100 puncte		



Participarea la „Business Plan” este o experiență unică, prin care angajații firmei de exercițiu sunt stimulați să vină în permanență cu idei de afaceri noi care se pot transpune permanent în practică.

Impresii ale elevilor participanți la diferite etape ale competiției „Business Plan”:

„Experiența de anul trecut ne-a ajutat foarte mult în modul de abordare a ideii de afacere și în realizarea a ceea ce ne-am propus. A fost mai greu, oamenii ne cunosc și așteptările sunt mari. Nu am vrut să dezamăgim, ne-am pregătit și se pare că am convins. Ne vedem în finală. Suntem sigure că nu ne va fi ușor, competiția este acerbă, firmele implicate în concurs au rezultate foarte bune în activitatea desfășurată. Speram ca ideea noastră este ceva care să convingă. Succes tuturor!”

(Cristina Apostol, FE Teleprest SA – Colegiul Economic Ion Ghica Târgoviște)

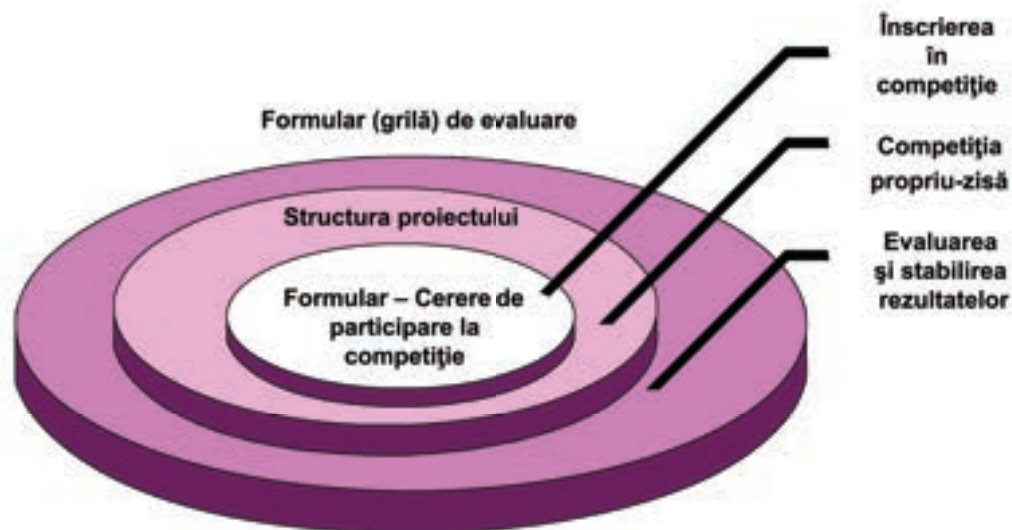
„Competiția Business Plan a fost pentru noi o mare oportunitate de a aplica și aprofunda cunoștințele teoretice dobândite în cursul anilor de liceu, întrucât această experiență a necesitat cunoștințe din întreaga arie curriculară. Ceea ce ne-a impresionat a fost profesionalismul și seriozitatea cu care a fost tratat acest concurs, încă de la faza locală întâlnind echipe foarte bine pregătite, ce ne-au pus la încercare capacitatea organizatorică, creativitatea și spiritul antreprenorial. Această experiență ne-a deschis noi orizonturi, învățându-ne să lucrăm în echipă și să ne conturăm personalitatea într-un ambient în care orice decizie poate fi definitorie pentru viitorul unei firme.”

(Paiu Ștefăniță, Ciubotaru Sergiu, FE FUTUREADVERTISING SRL – Colegiul Economic Administrativ Iași)



- Fiecare etapă a competiției are prevăzute termene de desfășurare;
- Implicarea partenerilor sociali, la orice nivel al competiției, este benefică pentru ambele părți;
- Studiați cu atenție structura Planului de afaceri și a grilei de evaluare prezentată în metodologie.

Etapile competiției „Business Plan” și documentele aferente



B. Exemplu de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Vezi exemplul de bună practică de la Capitolul 7. Plan de afaceri

C. Activitate practică

Denumire: Realizarea unei prezentări PowerPoint pentru susținerea planului de afaceri

Mod de lucru: Pe echipe

Resurse:

- de timp: 2 ore;
- materiale: calculator, planul de afaceri pentru care se întocmește prezentarea; grilă de evaluare a prezentării Power Point (pentru profesorul coordonator).

Sarcini de lucru: Realizați o prezentare Power Point în vederea susținerii planului de afaceri.

Recomandări: Înainte de participarea la competiție, faceți o simulare care să se finalizeze cu o autoevaluare a Planului de afaceri.

Instrumente de evaluare: Evaluarea prezentării se face de către profesorul coordonator, pe baza următoarei grile de evaluare:

**Grilă de evaluare
a prezentării
Power Point**

Nr. crt.	Criteriul	Punctaj acordat	Punctaj realizat
1.	Prezentarea conține: • Sigla FE • Motto-ul FE • Culorile FE		
2.	Prezentarea conține o scurtă descriere a FE		
3.	Prezentarea are un design corelat cu obiectul de activitate		
4.	Există o legătură logică între slide-uri		
5.	Conținut corect din punct de vedere gramatical și ortografic, ușor de parcurs		
6.	Complexitate (efecte, imagini, hyperlink-uri)		
7.	Originalitate		
TOTAL		10 P.	

Sugestii metodice

Se pot utiliza tehnicile de creativitate din *Ghidul metodologic* de la capitolul „Instrumente”.

Se pot utiliza Fișele metodice de pe CD:

- 12_FM_Competiția_Business_Plan.

Bibliografie:

www.roct.ro

www.tvet.ro



Managementul calității în firma de exercițiu

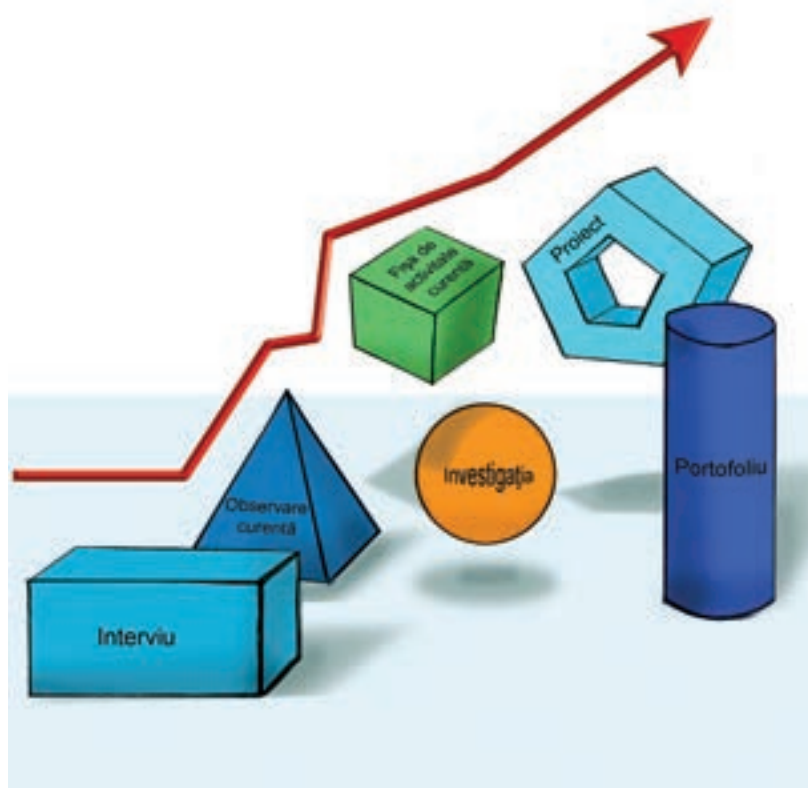
Motto: „Oamenii de succes pun întrebări mai bune și, prin urmare, primesc răspunsuri mai bune.”
(Anthony Robbins)

Motivație Evaluarea performanțelor din firma de exercițiu oferă o imagine clară asupra dezvoltării competențelor antreprenoriale ale elevilor, după un an de implicare în activitatea acestora.
Un angajat instruit și flexibil se va impune cu mult succes într-o economie de piață aflată într-o continuă schimbare.

Competențe și obiective

COMPETENȚE ALE FIRMEI DE EXERCITIU	COMPETENȚE SPECIALIZATE
<ul style="list-style-type: none"> Implementarea elementelor specifice sistemului de management al calității într-o firmă 	<ul style="list-style-type: none"> Realizarea planificării calității proceselor și a produselor/serviciilor Monitorizarea calității proceselor și a produselor/serviciilor Îmbunătățirea calității proceselor și a produselor/serviciilor
OBIECTIVE PEDAGOGICE	OBIECTIVE ECONOMICE
<ul style="list-style-type: none"> Să dezvolte și să perfecționeze competențe personale (flexibilitate, disponibilitatea de a învăța, spirit critic, creativitate, inițiativă) Să dezvolte și să perfecționeze competențe sociale (capacitatea de interacțiune, de rezolvare a conflictelor, spirit de echipă, responsabilitate, leadership) 	<ul style="list-style-type: none"> Să stabilească resursele necesare implementării sistemului de management al calității la nivel de firmă Să elaboreze planul de realizare a calității prescrise atât pentru procese cât și pentru produse/servicii Să supravegheze procesele Să prevină apariția defectelor Să analizeze calitatea proceselor și a produselor/serviciilor Să analizeze datele despre desfășurarea proceselor și despre calitatea produselor/serviciilor Să rezolve problemele identificate Să stabilească obiectivele pentru îmbunătățirea calității proceselor/produselor/serviciilor

- Conținuturi tematice** 13.1. Evaluarea performanțelor din firma de exercițiu
13.2. Marca de calitate



13.1. Evaluarea performanțelor din firma de exercițiu



Evaluarea nu trebuie asociată cu eșecul, sancțiunea sau controlul, ci cu posibilitatea de reflectare asupra rezultatelor și de identificare a modalităților de îmbunătățire.

1. Evaluarea performanțelor angajaților implicați în activitatea firmei de exercițiu – Metode și instrumente de evaluare

Aprecierea performanțelor angajaților în firma de exercițiu reprezintă un proces continuu prin care profesorul coordonator decide dacă s-au realizat sarcinile de lucru conform „Fișei postului”, dar și alte sarcini suplimentare atribuite pe parcursul anului școlar.

Metode de evaluare recomandate:

- **Interviul** sub forma unei discuții libere cu angajatul din firma de exercițiu, în vederea identificării modului de realizare a sarcinilor de lucru;
- **Observarea curentă** a comportamentului angajatului din firma de exercițiu, pentru identificarea aptitudinilor și modului în care sunt atinse competențele specifice conținuturilor tematice;
- **Fișa de activitate personală**, considerată drept posibilitate de evaluare a pregătirii angajatului în firma de exercițiu și a modului de realizare a sarcinilor date;
- **Investigația**, ca situație în care angajatul din firma de exercițiu este pus în vederea realizării unei activități practice de cercetare a unei situații din mediul real de afaceri la firma parteneră;
- **Proiectul**, ca secțiune de activități intercorelate în cadrul firmei de exercițiu orientată pe îndeplinirea unor obiective cu caracter unic și precis („Promovarea activității firmei de exercițiu”);
- **Portofoliul**, ca modalitate de demonstrare a progresului angajatului din firma de exercițiu, prin compararea rezultatelor cu efortul depus, pe durata unei perioade mai mari de timp (prima rotație a posturilor, încheierea activității în firma de exercițiu).



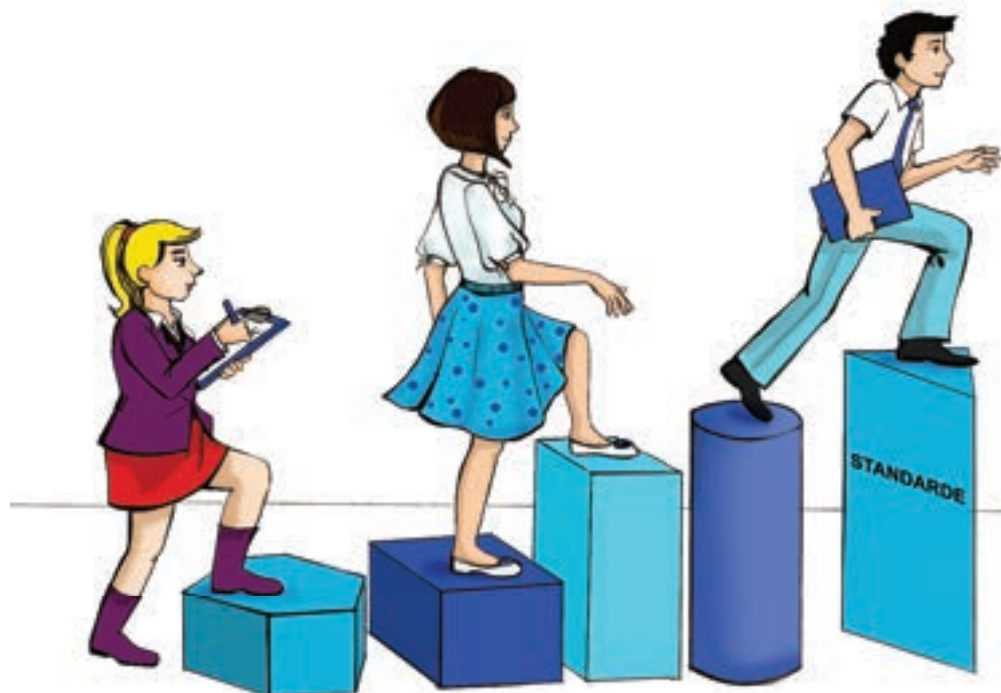
Nu uitați să stabiliți minimul și maximul obligatoriu al elementelor incluse pentru evaluare.

Instrumente de evaluare/autoevaluare recomandate:

- **Condica de prezență**, după care angajatul din firma de exercițiu poate fi evaluat, în funcție de participarea la orele de laborator tehnologic desfășurate prin firma de exercițiu;
- **Chestionar** pentru îndeplinirea sarcinilor alocate în firma de exercițiu – ca modalitate de identificare a punctelor tari și aspectelor ce necesită îmbunătățiri în legătură cu activitatea depusă (prima rotație a posturilor, sfârșitul activității);
- **Fișă de analiză a activității angajatului din firma de exercițiu** – pentru identificarea modului de realizare a sarcinii de lucru asumate (planificarea activității, modul de realizare, schimbări în planificarea inițială, nemulțumiri, eșecuri, plan de îmbunătățire);
- **Raport de activitate**, privind modul de realizare a sarcinii asumate prin Fișa postului de către angajatul din firma de exercițiu (activitate, modalitate de organizare/planificare, descriere a acțiunilor întreprinse, în vederea realizării sarcinilor, nereușite/asumarea răspunderii, plan de recuperare, finalizare);
- **Fișă de monitorizare/evaluare a proiectului**, prin stabilirea criteriilor minime/maximale de evaluare a activității angajatului din firma de exercițiu individual sau în cadrul unui departament, în vederea aprecierii muncii depuse.



Orice instrument de evaluare în care angajatul din firma de exercițiu este implicat direct poate avea și o doză de subiectivism.



2. Evaluarea performanțelor din firma de exercițiu

Aprecierea performanțelor firmei de exercițiu înmatriculate la ROCT este un proces continuu, care urmărește evaluarea activității acesteia în raport cu standardele de calitate.

Standarde de calitate

Standardele de calitate pentru evaluarea activității din firma de exercițiu sunt transparente, explicite și urmăresc dezvoltarea competențelor elevilor într-un mediu de afaceri real. Ele sunt postate pe site-ul ROCT împreună cu reperatele metodologice privind obținerea Certificatului „Marca de calitate”:

Responsabilitățile managementului:

- „Planificare și organizare” (PO)
- „Achiziții și vânzări” (AV)
- „Taxe și impozite și ” (TI)
- „Financiar-contabil” (FC)

Managementul resurselor:

- „Managementul de personal” (RU)

Managementul calității (MC)

PROCEDURĂ DE EVALUARE A PERFORMANȚELOR FIRMEI DE EXERCIȚIU ÎNMATRICULATE LA ROCT

Scopul procedurii:

Dezvoltarea competențelor antreprenoriale în rândul angajaților din firma de exercițiu, pentru o mai bună integrare pe piața muncii.

Evaluarea activității firmei de exercițiu pe parcursul anului școlar.

Obiectul procedurii:

Această procedură se aplică tuturor firmelor de exercițiu înmatriculate la ROCT.

Responsabilități:

Profesorul coordonator parcurge programa avizată de MECTS (ore alocate pentru laborator tehnologic după modelul de învățare „firma de exercițiu”) și respectă metodologia de funcționare și înmatriculare elaborată de ROCT – Centrala Rețelei Firmelor de Exercițiu/ Întreprinderilor Simulate din România.

Notă: Activitatea angajaților în cadrul firmei de exercițiu determină dezvoltarea spiritului antreprenorial, a gândirii critice și a rezolvării de probleme într-un mediu cât mai apropiat de cel real. Colaborarea firmei de exercițiu cu firma mamă dă posibilitatea angajaților din firma de exercițiu de a participa efectiv la realitatea mediului de afaceri, transformând procesul de simulare în relaționare directă cu piața muncii.

Secvențe ale procedurii:

1.Etapa orientării

1.1. Obținerea informațiilor despre firma de exercițiu:

Activități:

- Consultarea site-ului ROCT (www.roct.ro);
- Consultarea SPP/Curriculum-ului obligatoriu pentru Învățământul Profesional și Tehnic – profil Servicii;
- Consultarea Manualului firmelor de exercițiu/Ghidului firmelor de exercițiu.

1.2. Înregistrarea și reinregistrarea firmelor de exercițiu

Activități:

- Alegerea sferei de activitate – Comerț/Servicii/Producție;
- Completarea și transmiterea formularelor pentru validarea activității firmelor de exercițiu.

1.3. Relaționarea cu mediul în care își desfășoară activitatea firma de exercițiu

Activități:

- **Colaborarea cu echipa managerială a școlii** urmărește o ofertă educațională diversificată, axată pe competențe, alocarea în orar a unui număr de **3 ore în bloc compact** pentru laborator tehnologic prin firma de exercițiu și oferirea de spațiu, echipamente, soft, materiale consumabile suficiente, facilitarea participării la târguri și a dezvoltării profesionale a coordonatorilor firmelor de exercițiu.
- **Colaborarea cu firma parteneră (firma mamă)** pune accent pe transferul de expertiză privind:
 - gama de produse/servicii care constituie obiectul de activitate al firmei de exercițiu;
 - documentele suport pentru derularea proceselor și activităților într-un mediu de afaceri real;
 - susținerea materială pentru participarea la evenimentele speciale în care firma de exercițiu este implicată;
 - promovarea activității partenerilor, cu prilejul târgurilor și expozițiilor interne și internaționale.
- **Colaborare cu comunitatea locală** urmărește promovarea metodei și facilitarea încheierii de parteneriate între firmele de exercițiu și firme reale (firme mamă), dezvoltarea competențelor antreprenoriale, printr-un învățământ axat pe performanță.
- **Colaborare cu piața firmelor de exercițiu din țară și străinătate** pune pe primul plan tranzacționarea pe piața firmelor de exercițiu, prin e-mail, web – shop, poștă.

2. Etapa dezvoltării firmei de exercițiu

Activități:

- Primirea documentelor – ROCT
- Dezvoltarea competențelor în cadrul firmei de exercițiu conform standardelor de calitate:
 - A. Responsabilitățile managementului:**
 - „Planificare și organizare” (PO);
 - „Achiziții și vânzări” (AV);
 - „Taxe și impozite și ” (TI);
 - „Financiar-contabil” (FC).
 - B. Managementul resurselor:**
 - „Managementul de personal” (RU).
 - C. Managementul calității.**

3. Etapa monitorizării firmei de exercițiu

Activități:

- Evaluarea periodică a activității firmei de exercițiu;
- Stabilirea planului de măsuri privind îmbunătățirea activității firmei de exercițiu (atunci când este cazul).

4. Etapa recunoașterii poziției firmei de exercițiu

Activități:

- Obținerea certificatului „Marca de Calitate”;
- Participare la Competiția „Business plan”;
- Participare la târguri interne/internaționale.

5. Etapa bilanțului anual în firma de exercițiu

Activități:

- Analiza SWOT a activității anuale a firmei de exercițiu;
- Elaborarea planului de îmbunătățire a activității pentru anul școlar următor.

Notă: Procedura suportă modificări ori de câte ori este cazul, pe măsura implementării în activitatea anuală a firmelor de exercițiu. Evaluarea se face de către profesorul coordonator sau o echipă formată la nivel de catedră.

Grilă de evaluare a activității firmei de exercițiu

Nr. crt.	Activitate	Dovada	Punctaj acordat	Punctaj realizat
1.	Obținerea informațiilor despre firma de exercițiu			
2.	Înregistrarea și reînregistrarea firmelor de exercițiu			
3.	Relaționarea cu mediul în care își desfășoară activitatea firma de exercițiu			
4.	Etapa dezvoltării firmei de exercițiu – standardul de calitate...			
5.	Etapa monitorizării firmei de exercițiu			
6.	Etapa recunoașterii poziției firmei de exercițiu			
7.	Etapa bilanțului anual în firma de exercițiu			
8.	Total			

Dacă o firmă de exercițiu nu îndeplinește cel puțin 60% din punctajul total acordat pentru fiecare criteriu de calitate, se revaluează acea parte de dosar.

B. Exemple de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Planificarea anuală a activității firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL

Pornind de la activitățile care se desfășoară în cadrul unei firme de exercițiu pe durata unui an școlar, vă este prezentat un model de planificare anuală, în care s-a ținut cont de criteriile standardelor de calitate postate pe site-ul ROCT.

Au fost evidențiate obiectivele care trebuie atinse, activitățile prin care se ating aceste obiective, factorii responsabili, resursele alocate, termenele de realizare și, nu în ultimul rând, rezultatele așteptate.

C. Activitate practică

Denumire: Evaluarea activității unui angajat din cadrul firmei de exercițiu

Mod de lucru: Individual – profesorul coordonator evaluează activitatea elevului angajat în cadrul unui departament al firmei de exercițiu.

Resurse:

- de timp: 1 oră;
- materiale: fișă de evaluare (format scris/electronic), instrumente de scris, calculator, imprimantă.

Sarcini de lucru:

- Stabiliți criteriile de evaluare din Fișa de lucru (pe baza sarcinilor din Fișa postului);
- Discutați modul de acordare a punctajelor/calificativelor, în funcție de criteriile de evaluare stabilite;
- Completați Fișa de evaluare (individual de fiecare elev în parte);
- Discutați rezultatele evaluării angajatului din firma de exercițiu;
- Oferiți dreptul la replică și feedback.

Recomandări:

- Documentare la firma parteneră pentru realizarea Fișei de evaluare a activității angajatului din firma de exercițiu;
- Posibilitatea îmbunătățirii activității angajatului din firma de exercițiu pentru un termen dat.

Instrumente de evaluare:

Fișă de evaluare a activității angajatului din firma de exercițiu

Nume și prenume angajat din firma de exercițiu: _____**Denumirea postului:** _____**Departament:** _____

Nr. crt.	Criterii de evaluare	Descrierea criteriului	Performanță 1-5				
			1	2	3	4	5
1.	Îndeplinirea sarcinilor	Promptitudine	1	2	3	4	5
		Corectitudine	1	2	3	4	5
		Implicare	1	2	3	4	5
		Organizarea și planificarea sarcinilor	1	2	3	4	5
		Prioritizare	1	2	3	4	5
		Încadrare în timp	1	2	3	4	5
		Volum de sarcini – ore laborator tehnologic	1	2	3	4	5
2.	Competențe specifice postului	IT	1	2	3	4	5
		Comunicare și lucru în echipă	1	2	3	4	5
		Gândire critică și rezolvare de probleme	1	2	3	4	5
		Leadership	1	2	3	4	5
		Lucrul în condiții de stres	1	2	3	4	5
3.	Relaționare în cadrul firmei de exercițiu	Respectul față de ceilalți	1	2	3	4	5
		Capacitatea de a primi feedback	1	2	3	4	5
		Capacitatea de a oferi feedback	1	2	3	4	5
		Abilități de negociere	1	2	3	4	5
4.	Competențe personale	Încredere în sine	1	2	3	4	5
		Spirit practic	1	2	3	4	5
		Capacitate de autoevaluare	1	2	3	4	5
		Dorință de dezvoltare profesională	1	2	3	4	5
5.	Competențe situaționale	Capacitate de a evalua	1	2	3	4	5
		Capacitate de a lua decizii	1	2	3	4	5
		Obiectivitate	1	2	3	4	5
		Spirit inovativ	1	2	3	4	5
		Comportament adecvat – limbaj	1	2	3	4	5
		Comportament adecvat – vestimentație	1	2	3	4	5
6.	Competențe manageriale, dacă este cazul	Folosirea eficientă a resurselor	1	2	3	4	5
		Capacitate de conducere	1	2	3	4	5
		Capacitate de control	1	2	3	4	5
		Capacitate de monitorizare	1	2	3	4	5
		Capacitate de evaluare	1	2	3	4	5
		Capacitate de previziune	1	2	3	4	5

Punctaj: **minim 26 de puncte** (angajat în firma de exercițiu fără competențe manageriale), **maxim 130 puncte, 32 puncte minim** (angajat în firma de exercițiu care deține competențe manageriale) și **160 puncte maxim**.

Dacă în urma evaluării angajatul din firma de exercițiu obține un punctaj sub 60 de puncte, el trebuie să analizeze aspectele nu tocmai îmbucurătoare ale activității sale și apoi să se ia măsuri de comun acord cu managerul firmei de exercițiu/profesorul coordonator pentru atingerea performanței.

13.2. Marca de calitate

A. Noțiuni teoretice

Ce este marca de calitate?

Marca de calitate reprezintă un instrument prin care se evaluează conformitatea activității desfășurate de o firmă de exercițiu în raport cu Standardele de calitate specifice firmei de exercițiu din învățământul profesional și tehnic.

Marca de calitate este acordată sub forma certificatului „Marca de Calitate a Firmei de Exercițiu”, în urma evaluării firmelor de exercițiu.

Certificatul „Marca de Calitate a Firmei de Exercițiu” este acordat pe două niveluri:

- **nivel de bază** (corespunzător standardelor minime – obținerea unui număr minim de 50 puncte din punctajul maximal de 70 de puncte aferent acestui nivel);
- **nivel avansat** (corespunzător standardelor de referință – obținerea unui număr minim de 70 puncte din punctajul maximal de 100 de puncte aferent acestui nivel).



Punctajul pentru nivelul avansat este compus din numărul minim de puncte aferent nivelului de bază (50 puncte) și un număr minim de 20 puncte din cele 30 puncte aferente numai acestui nivel.

Criteriile de evaluare a dosarelor pentru obținerea certificatului „Marca de Calitate în firma de exercițiu” sunt prezentate în tabelul din paginile următoare.

Principiile calității	Criteriu	Dovezi	Explicații	Punctaj	
				Nivel de bază corespunzător standardelor minimale	Nivel avansat corespunzător standardelor de referință
Responsabilitățile managementului „Planificare și organizare” (PO)	PO 1 – Înregistrare la ROCT	Prezentarea firmei	O pagină care să includă denumirea firmei, date de contact, profesor coordonator, anul înființării, obiect de activitate	1p	1p
		Copie după certificatul de înregistrare	Se verifică autorizarea FE la ROCT, în momentul în care dosarul ajunge la centrala	2p	2p
	PO 2 – Structura organizatorică	Organigrama	Se va indica numele fiecărui angajat pe postul pe care îl ocupă în departament	2p	2p
	PO 3 – Circuitul documentelor în firmă	Schema circuitului documentelor în întreaga firmă Tabel cu evidența dosarelor fiecărui departament	Prezentarea schematică a circuitului documentelor în FE Prezentarea tabelară a departamentelor și a dosarelor afecte (denumire dosar, conținut, sarcini și responsabilități)	2p	2p
PO 4 – Plan de afaceri	Planul de afaceri	Historicul firmei, prezentarea activității, obiective, misiune, viziune, strategia firmei, informații financiare	5p	5p	

Principiile calității	Criteriu	Dovezi	Explicații	Punctaj	
				Nivel de bază corespunzător standardelor minimale	Nivel avansat corespunzător standardelor de referință
Managementul resurselor „Managementul de personal” (RU)	RU 1 – Angajarea personalului	Documente privind recrutarea și selecția a 3 angajați din departamente diferite: <ul style="list-style-type: none"> • Scrisoare de intenție • Curriculum vitae 		1p	1p
		<ul style="list-style-type: none"> • Contract individual de muncă 		1p	1p
	RU 2 – Descrierea posturilor	Fișa postului pentru aceiași 3 angajați de la RU1 cu următoarele date minimale: <ul style="list-style-type: none"> • cerințe de ocupare a postului; • sarcini și atribuții; • relații ierarhice. 		3p	3p
	RU 3 – Decontare curentă pentru personal la nivelul semestrului I	Documente privind decontarea curentă pentru personal: <ul style="list-style-type: none"> • statele de salarii cu toți angajații pentru 3 luni • ordin de plată, ca dovadă de plată a tuturor salariilor pentru 3 luni 		3p	3p
	RU 4 – Rotația posturilor	<ul style="list-style-type: none"> • ordin de plată, ca dovadă pentru plata tuturor contribuțiilor la asigurările sociale pentru 3 luni • ordin de plată, ca dovadă de plată a impozitului pentru 3 luni 		2p	2p
				2p	2p
				2p	2p

Principiile calității	Criteriu	Dovezi	Explicații	Punctaj	
				Nivel de bază corespunzător standardelor minimale	Nivel avansat corespunzător standardelor de referință
		<ul style="list-style-type: none"> decontare salariu lunar (1 flutu-raș de salariu ca exemplu) 		-	2p
		<p> Tabel nominal care reflectă rotația posturilor</p>	Numele angajaților/angajațelor care predau postul, data predării locului de muncă, denumirea postului predat, nume angajat care preia postul, semnătura de predare-primire.	-	2p
		<p>Proces-verbal pentru predarea locului de muncă</p>	<p>Conținuturi minimale: cine/cui predă, sarcini îndeplinite</p> <p>Se va întocmi un proces verbal/ fiecare loc de muncă</p>	-	2p
„Managementul calității” (MQ)	<p>MQ 1 – Proces continuu de perfecționare (PCP)</p> <p>Pentru un exemplu concret (max. 3 pagini):</p>	<p>Plan: formularea obiectivelor</p>		1p	1 p
		<p>Do: Descriere succintă a modului de realizare</p>		1p	1p
		<p>Check: Evaluarea rezultatelor</p>		1p	1p
		<p>Act: Raport privind măsurile de îmbunătățire necesare în urma evaluării</p>		1p	1p
		<p>Documente de evaluare a gradului de satisfacție a personalului</p>	ex.: ghid pentru interviu, chestionare	-	2p

Principiile calității	Criteriu	Dovezi	Explicații	Punctaj		
				Nivel de bază corespunzător standardelor minime	Nivel avansat corespunzător standardelor de referință	
Responsabilitățile managementului „Achiziții și vânzări” (AV)	MQ 3 – Promovarea imaginii firmei	Centralizarea rezultatelor	Se vor centraliza datele obținute din chestionare/ în urma interviurilor	-	2p	
		Oferte speciale, pliante		2p	2p	
	Materialle promoționale			2p	2p	
	Modul de amenajare a unui stand (schița)			-	2p	
	Prezentarea unor pagini de catalog		în limba română și în limba engleză	-	2p	
	AV 1 – Cumpărarea unui bun de la o firmă de exercițiu, din afara școlii	Prezentare PPT (pe CD)			-	4p
		Ofertă			1p	1p
		Comandă			1p	1p
		Factură			1p	1p
		OP			1p	1p
Fișa contului „FURNIZOR” din care reiese înregistrarea contabilă a tranzacției				1p	1p	
AV 2 – Cumpărare servicii de la o firmă de exercițiu, din afara școlii	Fișa mijloacelor fixe/fisa de magazie, din care rezultă înregistrarea			2p	2p	
	Ofertă			1p	1p	
	Comandă			1p	1p	
	Factură			1p	1p	

Principiile calității	Criteriu	Dovezi	Explicații	Punctaj		
				Nivel de bază corespunzător standardelor minimale	Nivel avansat corespunzător standardelor de referință	
		OP		1 p	1 p	
		Nota contabilă		1 p	1 p	
	AV 3 – Comparația de oferte	Compararea a două oferte concrete de pe piața FE	Se vor prezenta cele două oferte și se va motiva decizia luată	2 p	2 p	
	AV 4 – Vânzare către firme de exercițiu din afara școlii	Oferta		1 p	1 p	
		Comandă		1 p	1 p	
		Factură		1 p	1 p	
		OP		1 p	1 p	
		Fișa contului „CLIENTI” din care reiese înregistrarea contabilă a tranzacției		1 p	1 p	
	AV 5 – Tranzacție în străinătate (cumpărare sau vânzare)	Comanda (pentru cumpărare) sau Oferta+comanda (pentru vânzare)	prin poștă tradițională/ poștă electronică/ Webshop	-	4 p	
		Factură			1 p	
		OP		Payment Order	-	2 p
		Fișa contului „FURNIZOR”, din care reiese înregistrarea contabilă a tranzacției			-	3 p
	AV 6 – Număr de tranzacții	Facturi	Maxim 20 de tranzacții încheiate până la 15 martie ale anului școlar curent.	5 p	5 p	

Principiile calității	Criteriu	Dovezi	Explicații	Punctaj	
				Nivel de bază corespunzător standardelor minimale	Nivel avansat corespunzător standardelor de referință
		Ordine de plată	Maxim 20 de tranzacții încheiate până la 15 martie ale anului școlar curent	5p	5p
Responsabilitățile managementului „Taxe și impozite” (TI)	TI – Taxe și impozite	Ordin de plata pentru decontul TVA la trimestru		-	2p
		Adeverință de la ROCT, privind viramentul la termen al TVA și a contribuțiilor angajatorului (pentru 3 luni)		-	2p
Responsabilitățile managementului „Financiar-contabil” (FC)	FC – Considerente legate de eficiența economică – raportul profit/cheltuieli	Contul de profit-pierderi al firmei, pe trimestru		2 p	2 p
Total				Punctaj maximal nivel de bază – 70 p	Punctaj maximal nivel avansat – 100 p

Avantajele instrumentului „marca de calitate”:

- **conformitatea cu standardele** de calitate specifice firmelor de exercițiu din învățământul profesional și tehnic;
- **participarea la diferite competiții și evenimente**, care impun exigențe legate de activitatea firmei de exercițiu;
- **recunoașterea activității de calitate din firma de exercițiu**, în exterior (agenți economici, parteneri sociali etc.).

**Cine poate participa?**

Toate firmele de exercițiu înregistrate la ROCT, din anul școlar în care se participă la evaluare.

Calendar de desfășurare:

Se afișează pe site-urile web ale ROCT și C.N.D.I.P.T, la fiecare început de an școlar.

Procesul de evaluare constă în:

- primirea și înregistrarea dosarelor firmelor de exercițiu participante la procesul de evaluare (ROCT va acorda număr de înregistrare dosarelor primite, numele și adresa solicitantului; dosarele vor fi transmise de FE la ROCT, în format scanat);
- publicarea pe site-ul CNDIPT – ROCT a listei firmelor de exercițiu participante la procesul de evaluare;
- convocarea comisiei de evaluare;
- evaluarea propriu-zisă (evaluarea dosarelor);
- redactarea Raportului de evaluare;
- afișarea rezultatelor;
- depunerea contestațiilor;
- reevaluarea dosarelor contestate;
- redactarea Raportului de evaluare finală, de către comisia de rezolvare a contestațiilor;
- afișarea rezultatelor finale;
- emiterea certificatelor „Marca de Calitate a firmei de exercițiu”;
- expedierea certificatelor către firmele de exercițiu;
- publicarea rezultatelor pe site-ul CNDIPT – ROCT, în urma reevaluării.

C. Activitate practică

Coordonatorul firmei de exercițiu solicită fiecărui departament să delege un angajat care să facă parte din comisia de evaluare. Acesta este pus în temă cu modul de acordare a punctajului pentru fiecare criteriu în parte.

Denumire: Evaluarea dosarului pentru obținerea Certificatului „Marca de calitate”

Mod de lucru: Activitate în grup

Resurse:

- de timp: 1 oră;
- materiale: dosarul pregătit pentru obținerea Certificatului „Marca de calitate”, grila de evaluare stabilită prin metodologia de obținere a Certificatului „Marca de calitate”.

Sarcini de lucru:

- Prezențați grila de evaluare.
- Stabiliți modul de acordare a punctajului, pe fiecare criteriu în parte.
- Prezențați rezultatele evaluării cu motivarea punctajului acordat pentru fiecare criteriu supus analizei.

Recomandări:

- la criteriile care au fost evaluate cu rezultate mai slabe, se analizează cauzele care au generat acel punctaj și se iau măsuri pentru îmbunătățirea activității firmei de exercițiu.

Instrumente de evaluare: Grilă de evaluare

Firma de exercițiu _____
Criteriu/principiu de calitate _____
Punctaj obținut _____ **Punctaj de realizat** _____

Principiile calității	Criteriu	Dovezi	Punctaj Nivel bază		Punctaj Nivel avansat		Total
			stabilit	acordat	stabilit	acordat	

Sugestii metodice

Se pot utiliza tehnicile de creativitate din *Ghidul metodologic* de la capitolul „Instrumente”.

Se pot utiliza Fișele metodice de pe CD:

- 13_FM_Planificarea_în_firma_de_exercițiu;
- 13_FM_Evaluarea_activității_angajatului_în_firma_de_exercițiu.

Glosar de termeni

Calități: totalitatea însușirilor și laturilor esențiale, în virtutea cărora un lucru este ceea ce este, deosebindu-se de celelalte lucruri; însușire (bună sau rea), fel de a fi (bun sau rău); caracteristică pozitivă, însușire bună, din fr. *qualité*, lat. *qualitas*, - atis.

Standard: normă sau ansamblu de norme care reglementează calitatea, caracteristicile, forma etc. unui produs; document în care sunt consemnate aceste norme, din fr., engl. *standard*.

Leadership: funcție, poziție de lider, din engl. *leadership*.

Procedură: ansamblu de reguli de organizare a administrației, folosite în vederea atingerii unui anumit rezultat; serie de formalități care trebuie executate într-un proces, din fr. *procédure*.

Bibliografie

Williams, Mary – *Manual de evaluare elaborat în cadrul proiectului Instruire și Consultanță Continuă a Sectorului IPT din România*, RO2006/018 147.04.01.02.01.03.01.

Instrumente specifice TIC (Tehnologiei Informației și Comunicațiilor), utilizate în firma de exercițiu

Motto: „Nu mă tem de calculatoare. Mă tem de lipsa acestora.” (J. Moffett)

Motivație Dobândirea de abilități antreprenoriale, prin metoda interactivă de învățare „firmă de exercițiu” are la bază interdisciplinaritatea cunoștințelor. Noțiunile din domeniul Tehnologiei Informației și Comunicațiilor ajută la formarea și dezvoltarea la elevi a competențelor digitale.

Competențe și obiective

COMPETENȚE DIN FIRMA DE EXERCIȚIU	COMPETENȚE SPECIALIZATE
<ul style="list-style-type: none">• Utilizează tehnicile informatice în activitatea firmei de exercițiu• Creează paginii Web pentru firma de exercițiu	<ul style="list-style-type: none">• Utilizează informații de pe internet• Organizează și prelucrează informația• Utilizează tehnologii IT multimedia (Web, comunicare), pentru crearea documentelor Web• Utilizează aplicații software în managementul informatizat al proiectelor
OBIECTIVE PEDAGOGICE	OBIECTIVE ECONOMICE
<ul style="list-style-type: none">• Să dezvolte competențe TIC• Să dezvolte competențe de învățare• Să dezvolte competențe de exprimare culturală	<ul style="list-style-type: none">• Să obțină instrumente de lucru pentru sistemul informatic• Să utilizeze tehnici software specifice obținerii unor rezultate/rapoarte eficiente• Să prezintă instrumente de lucru și tehnologiilor Web necesare formatării/prezentării elementelor de conținut din documentele Web• Să planifice și să proiecteze un document Web pentru propria firmă

A. Noțiuni teoretice

Firma de exercițiu, ca metodă practică de **integrare a cunoștințelor de la diverse discipline**, determină dobândirea de abilități antreprenoriale, perfecționarea comportamentelor personale și dezvoltarea potențialului propriu al elevilor angajați în firmele de exercițiu, incluzând, totodată, **formarea și dezvoltarea competențelor digitale de creare și procesare corectă și profesională a tuturor documentelor utilizate în firma de exercițiu.**

Întrucât în firma de exercițiu se realizează **sinergia interdisciplinarității** conținuturilor de la diverse discipline (economie, contabilitate, corespondență comercială, limbi străine, comunicare profesională, drept și legislație, tehnologia informației și comunicațiilor etc.), este recomandabil ca profesorul coordonator de firmă de exercițiu să înceapă colaborarea inter și transdisciplinară cu profesorul de TIC (Tehnologia Informației și Comunicațiilor), încă din faza de realizare a planificărilor anuale și semestriale pentru fiecare dintre clasele de la IX-a la XII-a, cu scopul dezvoltării eficiente la elevi a competențelor digitale, de realizare corectă și profesională a documentelor necesare în firma de exercițiu.

Astfel, profesorul coordonator de FE poate oferi profesorului de TIC șabloane pentru fiecare dintre documentele utilizate în firma de exercițiu. La rândul lui, profesorul de TIC, în funcție de conținuturile planificate și abordate la un moment dat (procesare de texte, calcul tabelar, creare materiale promoționale, baze de date, creare pagini web, utilizare Internet etc.), poate integra ca aplicații practice la oricare dintre orele de TIC, clasele IX-XII, crearea diferitelor documente utilizate în firma de exercițiu.

Reguli generale de tehnoredactare computerizată și estetica paginilor tipărite profesional (texte oficiale sau de altă natură):

1. Toate semnele de punctuație: „. (punct)”, „, (virgulă)”, „; (punct și virgulă)”, „: (două puncte)”, „? (semnul întrebării)”, „! (semnul exclamării)” se editează fără pauză, imediat după **ultima literă a cuvântului anterior**, iar, după oricare dintre aceste semne de punctuație și următorul cuvânt, se lasă 1 singur spațiu.
2. Deschiderea și închiderea ghilimelelor „ghilimele”, apostrofurilor ‘apostrofuri’, parantezelor rotunde (**paranteze rotunde**), parantezelor drepte [**paranteze drepte**] și parantezelor acolade {**paranteze acolade**} se face înaintea, respectiv, imediat după cuvintele din interiorul lor, fără pauză.
3. Între parantezele de **deschidere**, ghilimelele de **deschidere**, apostrofurile de **deschidere** și cuvântul anterior se lasă un singur spațiu.
4. Între parantezele de **închidere**, ghilimelele de **închidere**, apostrofurile de **închidere** și cuvântul următor se lasă un singur spațiu.
5. Între cuvinte se lasă un singur spațiu.
6. Se utilizează tasta ENTER, doar la finalul unui paragraf, întrucât rolul acestei taste “ENTER” este de a poziționa cursorul pe rândul următor. Când ajungeți la finalul rândului și mai aveți text de introdus, **nu tastați Enter**. Acest lucru vă ajută atunci când mutați textul dintr-o parte într-alta a documentului.
7. Între valori și unitățile de măsură trebuie lăsat un singur spațiu.
8. Referitor la regula anterioară, NU se admite despărțirea, la capătul rândului a valorilor de unitățile de măsură.
9. Înainte și după tasta slash „/”, între două cuvinte nu se lasă nici un spațiu.
10. Între 2 cuvinte, de-o parte și de alta a caracterului „-”/“cratimă”, se lasă 1 singur spațiu.
11. În cazul cuvintelor compuse, de exemplu **ECO-NET**, nu se lasă nici un spațiu de-o parte și de alta a cratimei.
12. Tabelele se generează obligatoriu cu ajutorul facilităților oferite de Microsoft Word (nu se construiesc).
13. Deasupra tabelului, la distanță de un rând, se scrie centrat, cu litere de rând, corp 10.

Tablelul urmat de numărul de ordine al tabelului și eventual de titlul acestuia (dacă există). Înainte de titlu, se pune o liniuță. Spre exemplu:

Tablelul 2 – Firmele de exercițiu din proiectul ECO-NET

Denumire FE	Școala

Instrumente specifice TIC utilizate în firma de exercițiu

Explicații	Ce?	Cum?	Observații/Recomandări
Comunicare prin e-mail	Adresa de e-mail	<p>Denumire profesională (exemplu: fe.kulturbio@yahoo.com)</p> <p>Organizare mesaje pe foldere denumite corespunzător informației conținute în ele, precum în exemplele de mai jos:</p> <p><i>Comunicare cu ROCT, Oferte primite, Oferte transmise, Comenzi primite, Comenzi transmise, Facturi primite, Facturi transmise, OP primite, OP transmise, Evenimente (târguri naționale), Evenimente (târguri internaționale, Comunicare între departamente)</i></p>	<p>Profesorul coordonator cunoaște adresa de e-mail, parola și verifică modul în care angajații FE utilizează e-mail-ul, respectiv organizarea mesajelor pe foldere, corespunzător denumite.</p>
Organizare mesaje pe foldere	Organizare mesaje pe foldere	<p>Configurarea folderelor într-un email pe www.mail.yahoo.com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clic pe My Folders - Add, în panoul din stânga jos al secțiunii de Mail. • În fereastra „Solicitare informații”, editați numele noului folder, denumit precum în exemplele de mai sus. • Clic pe butonul „OK”, după introducerea unui nume de folder. 	<p>Profesorul coordonator verifică:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Configurarea corectă a folderelor; • Organizarea și repartizarea corectă a mesajelor pe foldere.
Setarea de semnătură electronică într-un e-mail	Setarea de semnătură electronică într-un e-mail	<p>Faze ale setării de semnătură pentru www.mail.yahoo.com:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Options – Mail Options – Signature; 2. Bifarea opțiunii „<i>Show a signature on all outgoing messages</i>”; 3. Editarea propriu-zisă a semnăturii în zona „Rich text”. <p>Exemplu de semnătură:</p> <p>FE Kultur Bio SRL – Colegiul Economic Formator</p> <p>Adresă: Hotel Expert, Str. Formator, nr. 4 Sinaia, 300420, Romania</p> <p>Obiect de activitate: Comerț cu ridicata de fructe, legume și băuturi BIO</p> <p>Nr. înreg. la Registrul ROCT: J 35/003/24.09.2010</p> <p>CUI: 2210031, Cod IBAN - lei: RO35ROCT001309RON</p> <p>Telefon: (004) 0756 152 340, Fax: (004) 0756 152 340</p> <p>E-mail: fe.kulturbio@yahoo.com</p> <p>Web: www.kulturbio.ro</p> <p>Orar: luni 8.00- 11.00 a.m.</p> <p>4. Clic pe butonul „Save Changes” pentru salvarea semnăturii.</p>	<p>Profesorul coordonator verifică dacă:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informațiile incluse în semnătură sunt corecte și complete pentru a facilita derularea cu succes a operațiunilor între firmele de exercițiu; • Semnătura electronică include toate cerințele de identificare a unei firme de exercițiu, conform exemplului prezentat.

Explicații	Ce?	Cum?	Observații/Recomandări
<p>Mesaje adresate:</p> <ol style="list-style-type: none"> Cerințe de formulare Inițiere de contacte Transmitere de ofertă Confirmare primire mesaj Răspuns la un mesaj primit Trimitere de fișiere anexate Transmitere factura Informare OP Solicitare clarificare Schimbare adresă de e-mail 	<p>Cerințe pentru editarea profesională a unui nou (New) e-mail:</p> <ol style="list-style-type: none"> Existența descrierii subiectului la secțiunea "Subject". Exemplu: ofertă FE FE Kultur Bio SRL – Colegiul Ec. Formator; Respectarea structurii unui mesaj oficial: adresare, introducere, cuprins, încheiere: <p>Exemplu: Stimată/e Doamnă/Domn, <i>Vă informăm cu privire la... etc.</i> <i>Vă rugăm să ne transmiteți ultima ofertă de preț pentru un număr de 100 buc produse X.</i> <i>Așteptăm oferta Dvs. și vă mulțumim cu anticipație.</i></p> <p>Cu multă stimă, Virgil Ionescu, Director Marketing FE Si&GO SRL</p>	<p>Profesorul coordonator verifică dacă:</p> <ul style="list-style-type: none"> Noua adresă de e-mail/ schimbare ulterioară a adresei de e-mail a fost trimisă de angajații FE la toate firmele din rețea și la ROCT. Firma de exercițiu și-a manifestat intenția de colaborare pe piața FE, printr-un e-mail transmis către toate FE din rețea, utilizând câmpul BCC (Blind Copy Carbon). Angajații FE respectă structura unui mesaj oficial: adresare, introducere, cuprins, încheiere, inclusiv nume, prenume și funcția celui care a transmis mesajul sau numele și prenumele directorului sau al șefului de departament. Pentru mesajele care au fișiere anexate, este utilizată următoarea formulare pentru corpul mesajului: <p>Bună ziua! Vă trimitem anexat un fișier cu oferta solicitată de dvs. în e-mailul din data de... Sperăm că oferta transmisă corespunde cerințelor dvs. Așteptăm cu interes răspunsul dvs.</p> <p>Cu stimă, Diana POP, Director marketing</p>	
	<ol style="list-style-type: none"> Existența în formula de încheiere a numelui, prenumelui persoanei și funcția acestuia deținută în firma de exercițiu: <p>Exemplu: Cu deosebită considerație, Victor Popescu, Manager – FE Si&GO SRL</p> <ol style="list-style-type: none"> Existența semnăturii electronice la finalul e-mail-ului Utilizarea câmpului CC (Copy Carbon) pentru transmiterea unui mesaj mai multor destinatari vizibili unul pentru celălalt și a câmpului BCC (Blind Copy Carbon) pentru transmiterea unui mesaj mai multor destinatari invizibili unul pentru celălalt. 		

Explicații	Ce?	Cum?	Observații/Recomandări
<p>Elaborare documente de lucru personalizate</p>	<p>Foiaia personalizată Fișă de post Factură personalizată Chitanță personalizată Comandă personalizată Stat de salarii Repertoar Numere OP Repertoar Numere Facturi Jurnal de vânzări Jurnal de cumpărări Tabel vizitatori Ecusoane Notițe de târg Fișă de magazine Cerere de ofertă Ofertă Comandă Listă de prețuri Contract de vânzare-cumpărare Scrisori de orice tip Adeverințe</p>	<p>Se editează un antet conform exemplului prezentat mai jos pentru documentul <i>Fișă de post pentru departamentul de Marketing al FE Kultur Bio SRL</i>. Acest antet include obligatoriu următoarele elemente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • siglă și motto FE; • mențiunea „FIRMĂ DE EXERCITIU”; • numele școlii, liceului, colegiului; • date de contact ale FE: <ul style="list-style-type: none"> ✓ adresa FE; ✓ telefon; ✓ fax; ✓ e-mail; ✓ adresă web site FE. <ul style="list-style-type: none"> • date de identificare ale FE: ✓ obiect de activitate; ✓ număr de înregistrare la registrul ROCT; ✓ CUI; ✓ Cod IBAN. <p>Pentru a insera un Antet, se parcurg următorii pași:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. În fila Inserare, în grupul Antet și Subsol, faceți click pe Antet. 3. Alegeți proiectul de Antet pe care doriți să îl folosiți și editați textul care doriți să apară în Antet. 	<ul style="list-style-type: none"> • Profesorul coordonator urmărește ca toate documentele create de angajații FE să includă acest antet personalizat. • Pentru crearea documentelor enumerate, se utilizează cu succes aplicația Word și facilitățile oferite de aceasta doar dacă sunt respectate REGULILE DE TEHNOREDACTARE COMPUTERIZATĂ prezentate mai jos. • Profesorul coordonator urmărește respectarea de către angajații FE a regulilor de tehnoredactare în toate documentele realizate. • Utilizați modelul de fișa de magazie prezentată pe CD la cap. 8.7.
<p>Tehnoredactare și procesare documente</p>	<p>Etichete autocolante Documente de înființare, OP, Cerere de majorare capital, adrese emise de către firma de exercițiu, oferte etc.</p>	<p>Etichete (pe foaie A4, tabel de 3 etichete pe orizontală și 5/6 pe verticală) cu datele de identificare ale FE. Se descarcă de pe ROCT și se completează pe calculator.</p>	<p>Etichetele autocolante se vor aplica pe factura furnizorului la târgurile FE. Profesorul coordonator urmărește respectarea regulilor de tehnoredactare în toate documentele/formularele completate sau emise de către firma de exercițiu.</p>

Explicații	Ce?	Cum?	Observații/Recomandări
<p>Prezentare PowerPoint</p>	<p>Slide-uri cu informație structurată tematic Atenție! Discursul corelat slide-urilor din prezentare să fie liber și să conțină completări, explicații la slide-urile din PPT. Exersați discursul în fața oglinzii, până când reușiți să prezentați liber și dezinvolt. Textul conținut pe diapozitive să fie doar o sursă de inspirație, atunci când vă îndreptați privirea către acesta. Nu citiți de pe slide-uri, în timp ce susțineți prezentarea!</p>	<p>Conținut: succint, la obiect Dimensiune font: 32 (titlu), 28 (subtitlu), 24 (text) Restricții pentru slide-uri: - maxim 20 de slide-uri; - 1 idee/slide; - 5-7 rânduri/slide; - 6-7 cuvinte/rând. Culori: maxim 3 Aspect unitar al prezentării: - fundal identic pentru toate diapozitivele; - tip, stil, dimensiune, culoare fonturi; - efecte de animație moderate pentru a nu obosi auditoriul.</p>	<p>Important! Diferențiați între:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prezentarea PowerPoint care are un conținut informațional succint, prezentat prin text, imagini, secvențe video, efecte de animație, tabele, grafice. O prezentare PPT este însoțită întotdeauna de un discurs al prezentatorului, care completează și punctează informația din slide-uri. Discursul este restricționat ca timp/ slide, în general, maxim 15 minute/prezentare, pentru a nu plictisi auditoriul. • Documentul WORD în care aveți posibilitatea să aprofundați tematica abordată DOAR prin text, imagini, tabele, grafice.
<p>Materiale publicitare</p>	<p>Design corporativ (Corporate Design) complet</p>	<p>Toate elementele de design corporativ integrează și respectă identitatea și culorile FE (maxim 3 culori). Un pachet de servicii complete de design corporativ include următoarele elemente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Logo design (sigla și motto-ul FE); • Design pentru materiale promoționale (cărți de vizită, foi personalizate cu antet, plicuri etc.); • Ofertă de produse, Catalog, Fluturași, Broșuri de prezentare, pliante, postere, carte de impresii și orice alt tip de materiale promoționale tipărite; • Web design – site web performant, reprezentativ pentru companie, incluzând un webshop sau un magazin virtual; 	<ul style="list-style-type: none"> • Oferta trebuie să cuprindă termenul de valabilitate al ofertei. • Se poate utiliza cu succes aplicația Publisher, pentru crearea de materiale publicitare eficiente. • Prezentăm mai jos câteva modele de bună practică de materiale promoționale (logo, pliant, web site al FE).

Explicații	Ce?	Cum?	Observații/Recomandări
Diagrame și Organigrame în Excel sau Word	<p>Exemple: <i>Grafic Evoluție, cifra de afaceri,</i> <i>Diagrama Produse de bază</i> <i>Organigrama FE</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Eșarfe, cravate în culorile FE; • Șepcuțe, tricouri, baloane imprimate personalizate cu sigla și motto-ul FE etc.; • Spot publicitar regizat și filmat cu angajații FE. <p>Pentru a crea o diagramă de bază în Excell, care să poată fi modificată și formatată mai târziu, începeți prin introducerea datelor pentru diagramă într-o foaie de lucru. Apoi, selectați datele și alegeți tipul de diagramă pe care doriți să o utilizați din Panglica (fila Inserare, grupul Diagrame).</p> <p>Aproape identic se procedează pentru realizarea diagramelor în Word. Începeți prin introducerea datelor pentru diagramă într-un tabel. Opțiunea de inserare a diagramelor într-un document Word se găsește în:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fila Inserare; 2. Alegeți grupul Ilustrații și faceți click pe Diagrame; 3. Apare un meniu care permite selectarea unui anumit tip de diagramă. <p>Crearea unei organigrame în Word: Faceți clic pe Inserare/Grupul Ilustrații/Smart Art/Selectarea primului tip de monograme din galeria de monograme – Organigramă pentru afișarea relațiilor ierarhice.</p>	<p>Diagramele transformă datele în imagini. În loc să analizați coloane de numere de pe foaia de lucru, cu ajutorul unei diagrame puteți vedea dintr-o privire ce semnifică datele respective.</p> <p>O diagramă conduce la înțelegerea rapidă. Cu ajutorul diagramelor, transformați datele din foaia de lucru pentru a afișa comparații, modele și tendințe.</p>
Calcul în EXCELL	<p>Exemple: Fișe de magazine, Facturi, Jurnal de vânzări, Jurnal de cumpărări, Stat de salarii cu editare de fluturași</p>	<p>O formulă de calcul Excell este compusă din următoarele elemente: Începe obligatoriu cu semnul egal =; Operatori matematici, cum ar fi + (pentru adunare) și * (pentru multiplicare); Referințele la celule (inclusiv celule denumite și zone); Valori sau text; Funcții Foale de lucru (cum ar fi SUM sau AVERAGE).</p>	<p>Cele mai multe formule creează funcții care vă permit să sporiți foarte mult puterea unei formule și să efectuați calcule care sunt dificil (sau chiar imposibil) de realizat, dacă utilizați numai operatorii matematici. Astfel de funcții sunt cele statistice, foarte utile în analizele economice.</p>
Baza de date ACCESS	<p>Elaborare documente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Factura 	<p>Se creează documentul cu câmpurile necesare, apoi creează baza de date pentru acele câmpuri și legătura.</p>	<p>Rețineți! La târg este util să listăm factura la imprimantă și nu să o scriem de mână!</p>

B. Exemple de bună practică

FE KULTUR BIO SRL
COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR
SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia
 ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340
 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com



Editarea materialelor publicitare

I. Orice firmă de exercițiu profesionistă care își respectă clienții, statutul și imaginea pe piața firmelor de exercițiu, lucrează cu documentele personalizate.

Pentru a crea un astfel de document personalizat, se poate proceda în două moduri:

1. Se editează și se listează foi personalizate goale cu antetul prezentat în format tabelar.

Antetul firmei KULTUR BIO SRL

 NIHIL SINE BIO!	FIRMĂ DE EXERCIȚIU	<p>FE KULTUR BIO SRL COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC FORMATOR</p> <p>SINAIA 300420 Hotel Expert, str. Formator, nr. 4, Sinaia ☎ (004) 0756 152 340 📠 (004) 0756 152 340 ✉ fe.kulturbio@yahoo.com</p> <p>Obiect de activitate: comerț cu ridicata de fructe, legume și băuturi BIO</p> <p>Nr. inreg. la Registrul ROCT: J35/003/24.09.2010, CUI: 2210031, Cod IBAN-lei: RO35ROCT001309RON</p>
---	-------------------------------	--

După ce s-au listat foile cu antet, acestea pot fi utilizate ulterior pentru listarea oricăror documente solicitate, ținându-se cont la setarea paginii noilor documente de configurarea muchiilor pentru antet de 3 cm.

Acest mod de lucru pe foi personalizate necesită un anumit stoc de consumabile (hârtie și toner pentru imprimantă). În plus, dacă nu se lucrează cu atenție, există riscul de a nu configura perfect muchiile antetului noilor documente de listat și, astfel, informația din noile documente să se suprapună peste antetul foilor personalizate.

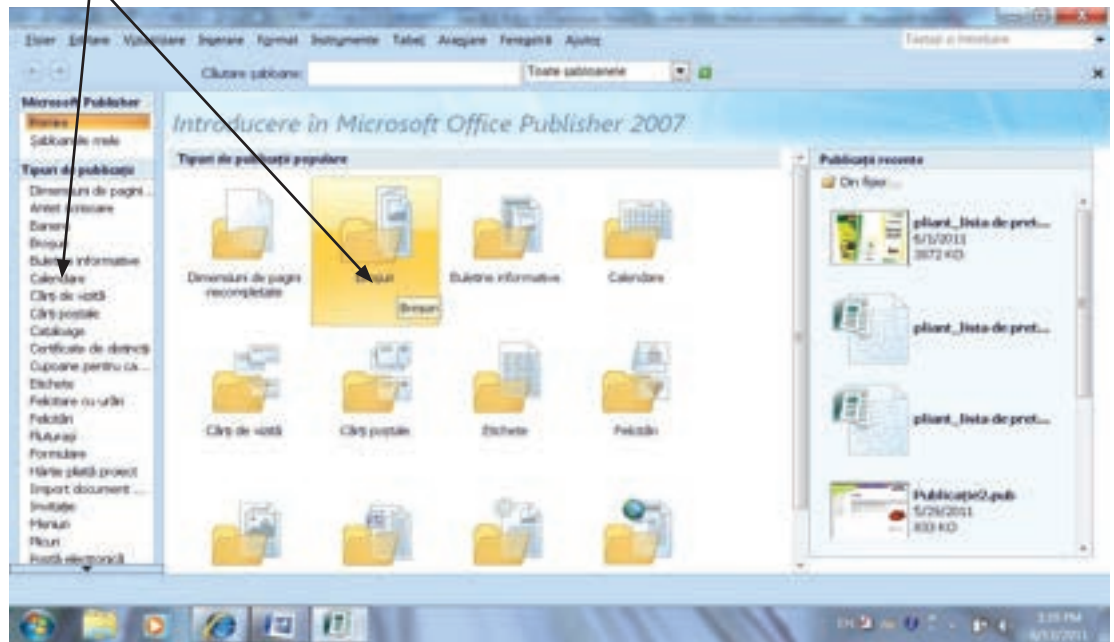
2. De aceea, considerăm că este mai practică procedura următoare:

- a. Se creează o foaie personalizată cu antet (Nou).
- b. Se salvează foaia personalizată cu antet sub numele „foaie_șablon_personalizată_cu_antet” (Salvare ca șablon Word).
- c. Se salvează șablonul denumit „foaie_șablon_personalizată_cu_antet” sub un nume diferit, de exemplu, „fișă_post_depart_Marketing” (Salvare ca Document Word).
- d. Se editează în acest nou document denumit „fișă_post_depart_Marketing”, informația corespunzătoare unei fișe de post pentru departamentul de marketing.
- e. Se salvează informația editată în „fișă_post_depart_Marketing” cu antet (Salvare – Ctrl + S).
- f. Se listează documentul editat „fișă_post_depart_Marketing” cu antet (Imprimare).

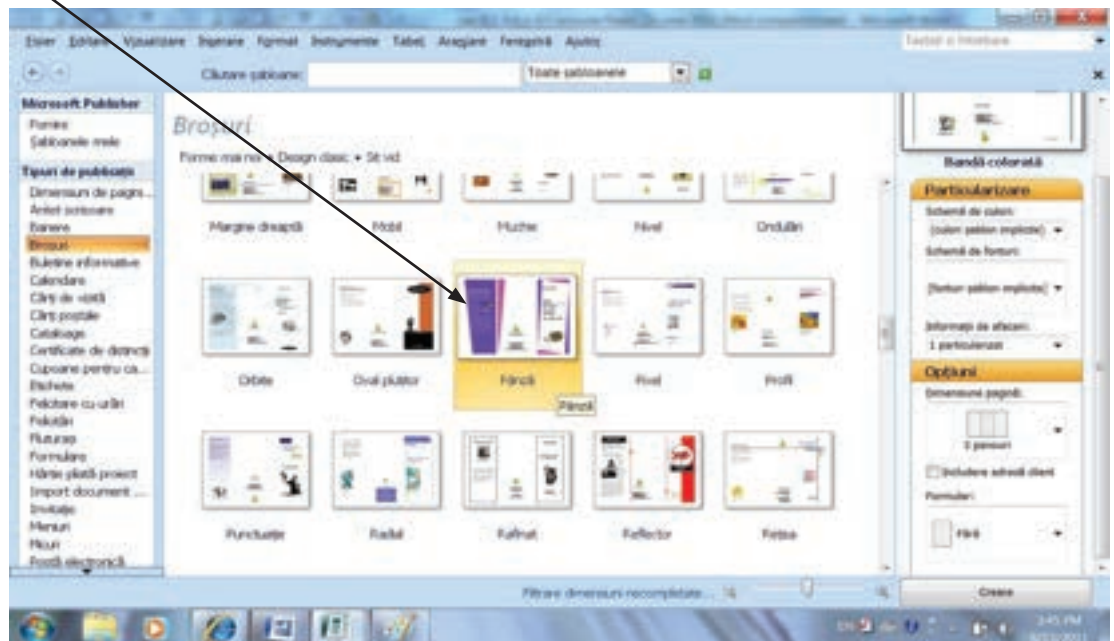
II. Crearea materialelor promoționale cu ajutorul unui software specializat

Publicitatea este o artă. Crearea unei serii de imagini și mesaje care „să influențeze” necesită anumite cunoștințe și îndemănare. De aceea, este de dorit utilizarea unui **program aplicativ** pentru crearea și publicarea pliantului prezentat anterior. Acest program este proiectat astfel încât angajații firmelor de exercițiu să creeze cu ajutorul lui, rapid și simplu, publicații de marketing cu aspect profesional.

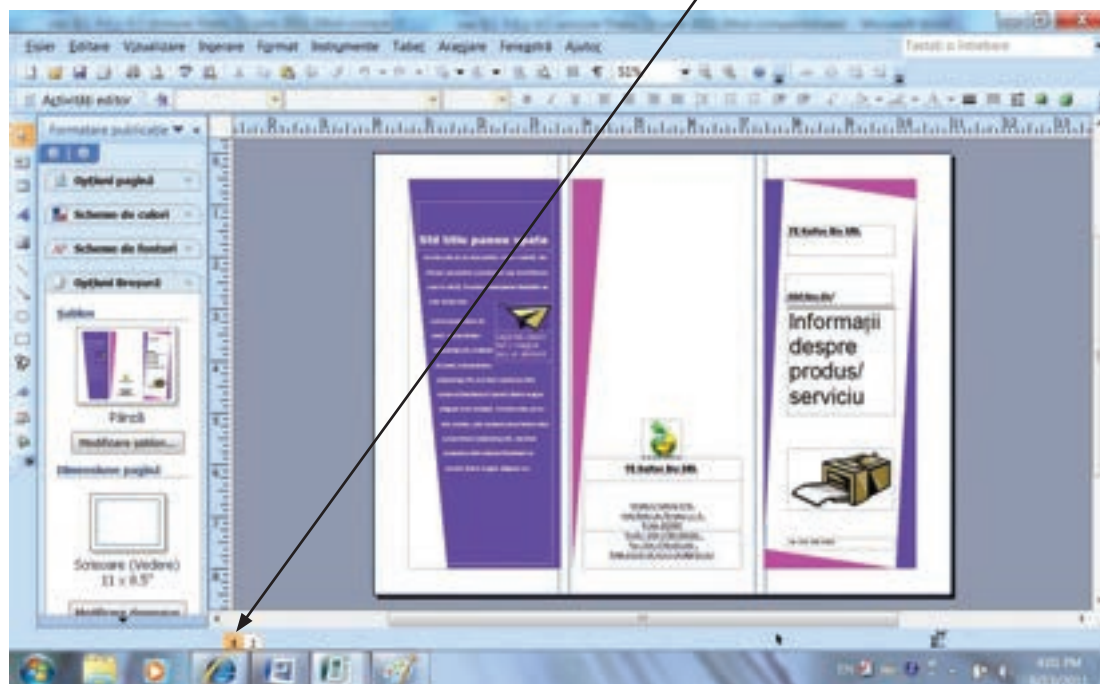
Click aici pentru a deschide o fereastră cu mai multe șabloane de broșuri



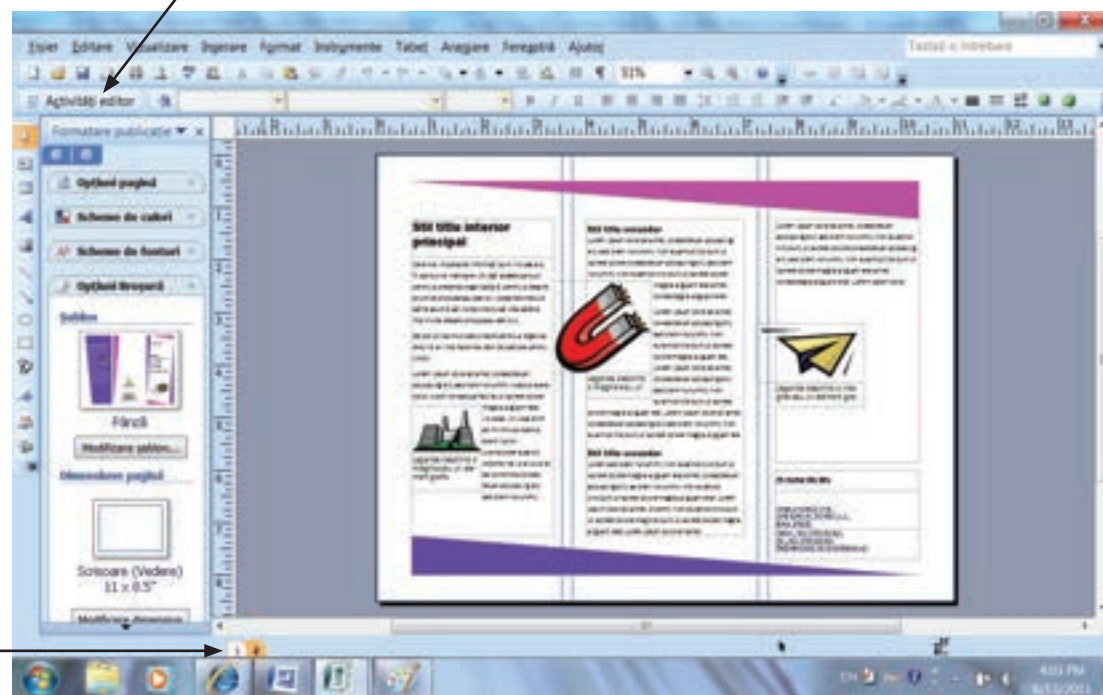
Click în zona indicată, pe șablon, pentru a intra în fereastra de editare!



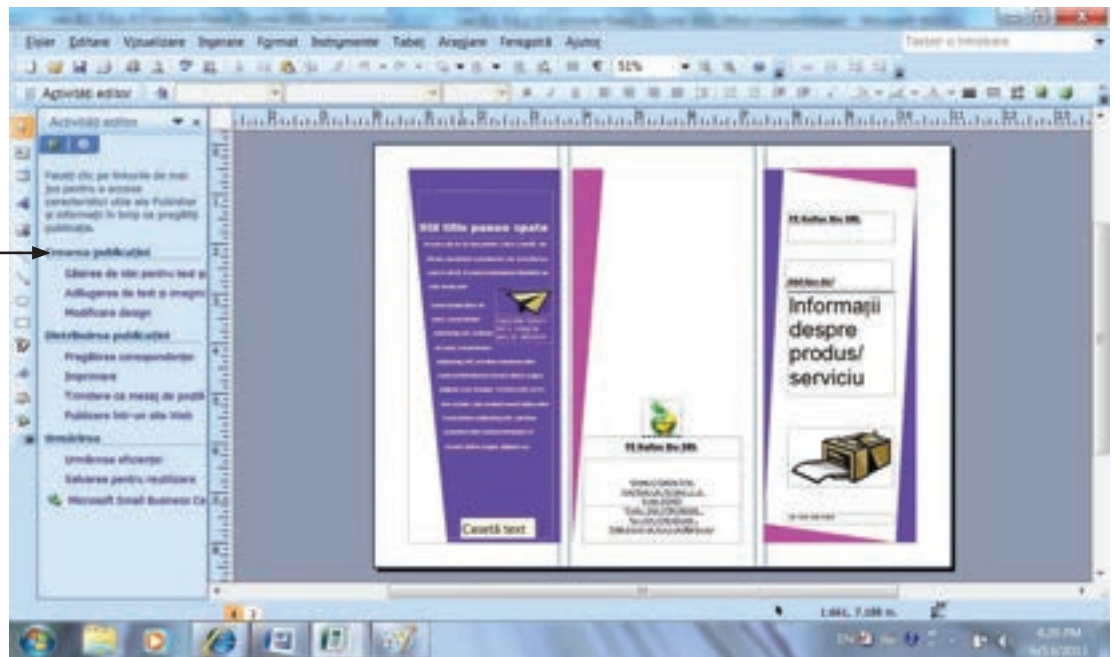
Se va deschide o publicație/ broșură sau pliant cu 2 pagini. **Click** aici pentru a vizualiza Pagina 1, care arată astfel:



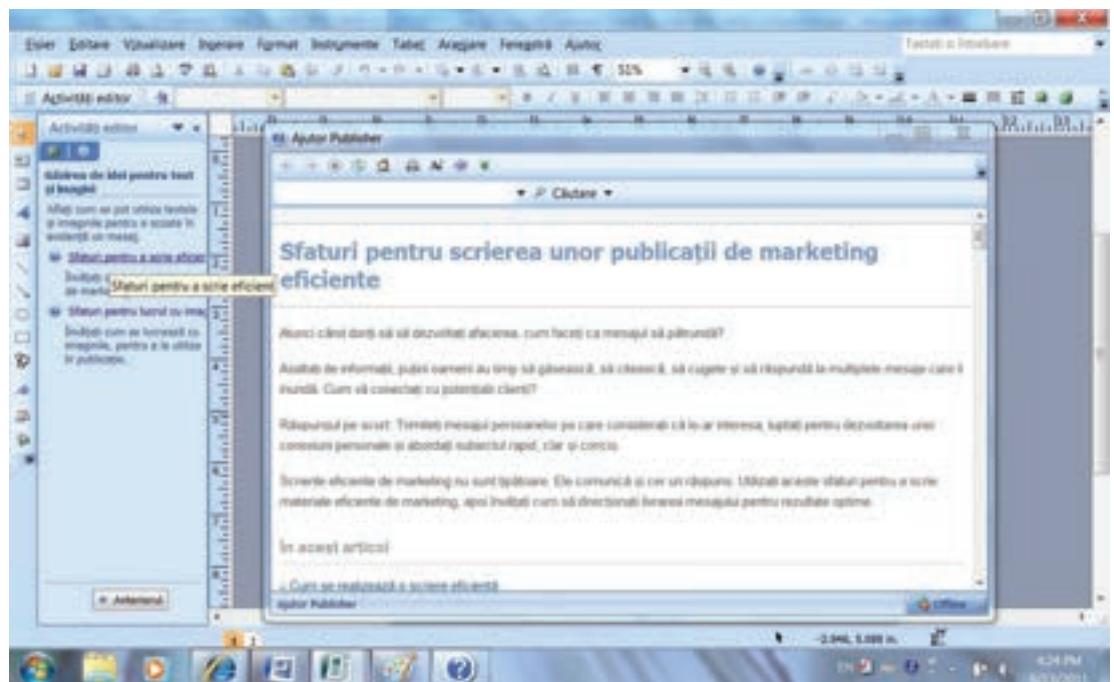
Click aici pentru a vizualiza Pagina 2, care arată precum în imaginea următoare.
Click pe Activități Editor, pentru a accesa caracteristici utile și informații în timp ce pregătiți publicația!



Următoarele **hyperlink-uri (hyper-legături)** pot fi utilizate în fereastra **Activități Editor**, pentru a accesa caracteristici utile și informații în timp ce pregățiți publicația!

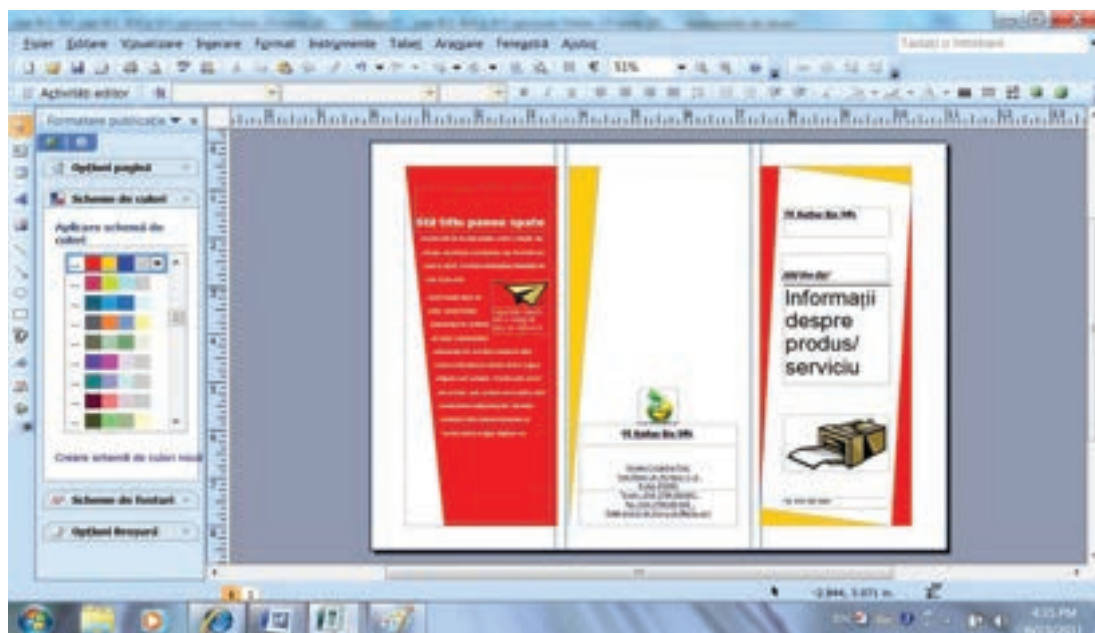


Click pe legătura **Sfaturi utile pentru scrierea unor publicații de marketing eficiente**, pentru a afla informații de ajutor pentru o scriere eficientă!

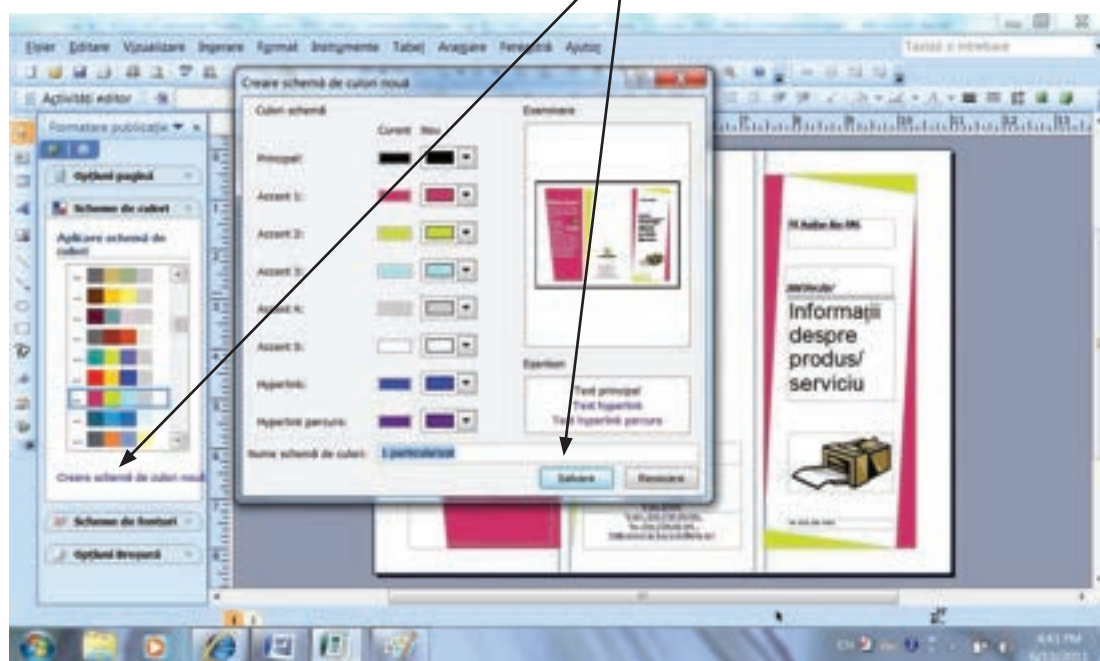


După documentarea din **Activități Editor**, treceți la editarea propriu-zisă a publicației. În panoul stâng vertical, aveți posibilitatea să modificați **Opțiuni Broșură**, **Schema de fonturi**, **Schema de culori**, **Opțiuni pagină**!

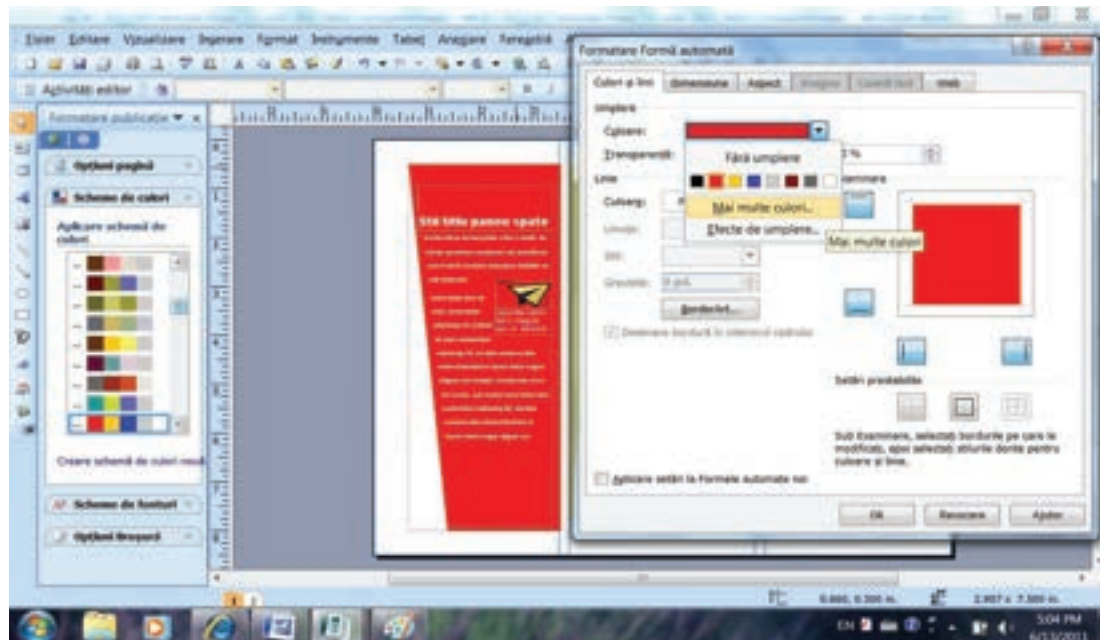
Pentru o nouă schemă de culori adecvată culorilor firmei de exercițiu, se dă **click** pe **Schema de culori** și apoi se aplică schema de culori dorită, ca în imaginea de mai jos.



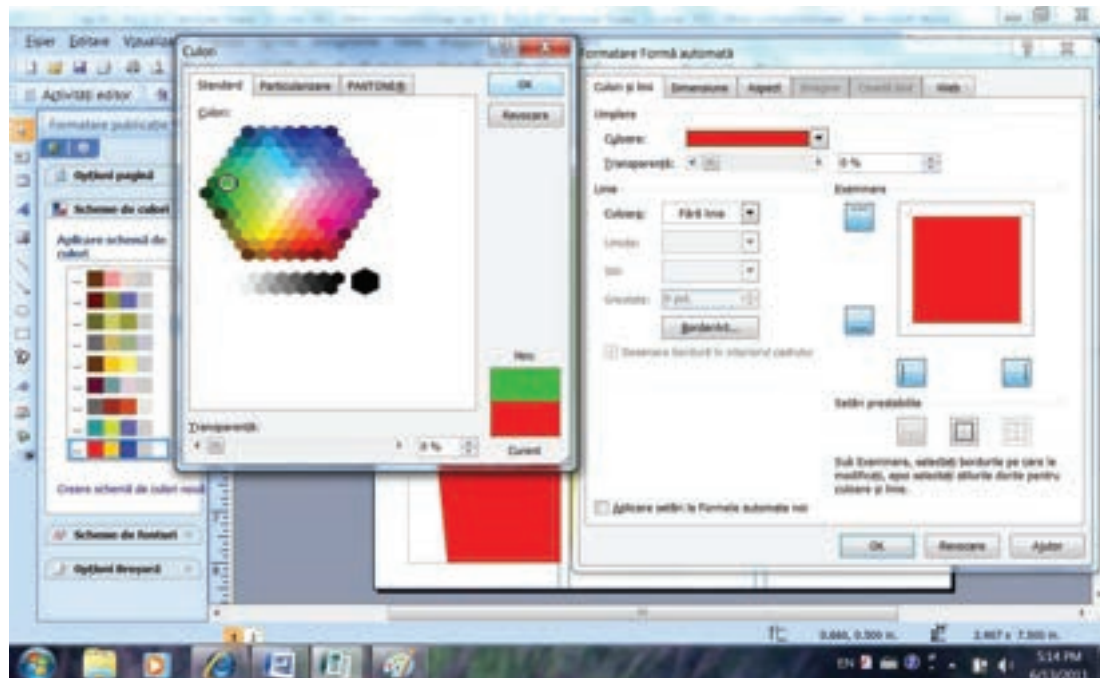
Dacă nici una dintre schemele de culori oferite de aplicație nu se potrivește culorilor firmei de exercițiu, se poate crea o nouă schemă de culori, dând click pe **Creare schemă de culori nouă**. Se editează noua schemă de culori și apoi, se salvează.



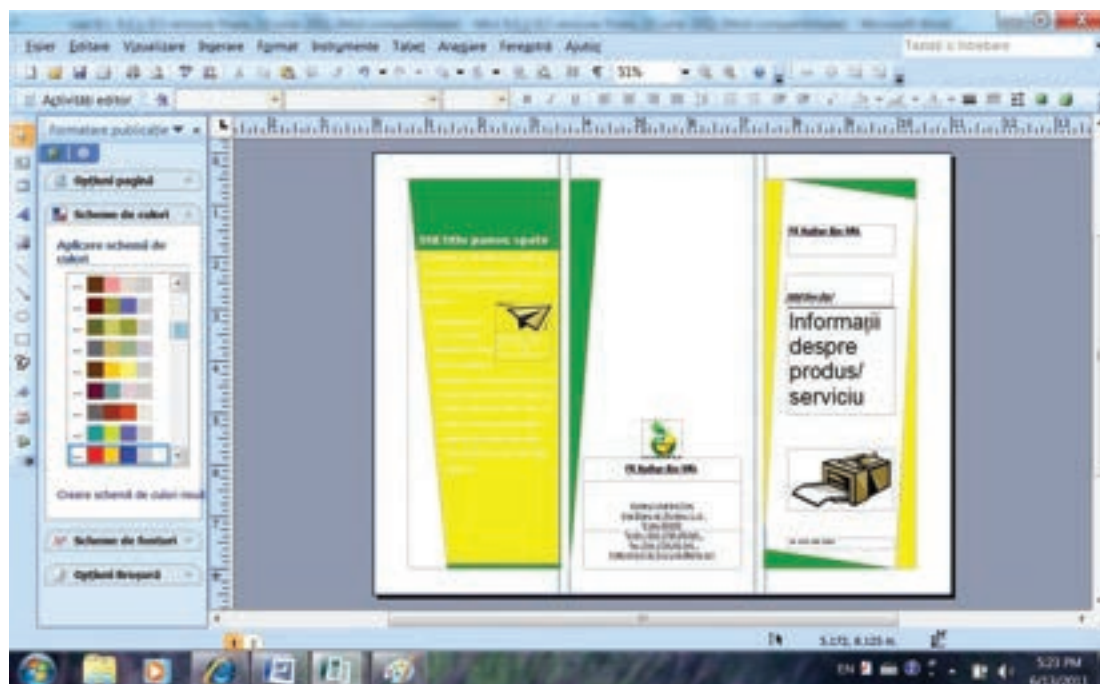
Altă modalitate de modificare a culorilor este: se dă **dublu click** pe forma automată, pentru a deschide fereastra **Formatare Formă automată**, se activează secțiunea **Culori și linii**, se dă **click** pe săgeata din dreptul opțiunii **Umplere Culoare** și, din lista verticală ce se deschide, se dă **click** pe opțiunea **Mai multe culori**, pentru a activa fereastra **Culori**.



În fereastra culori, se alege pastila de culoare dorită, se dă **click** pe butonul **OK**, pentru revenire în fereastra **Formatare Formă automată**, se dă și în această fereastră **click** pe butonul **OK**.



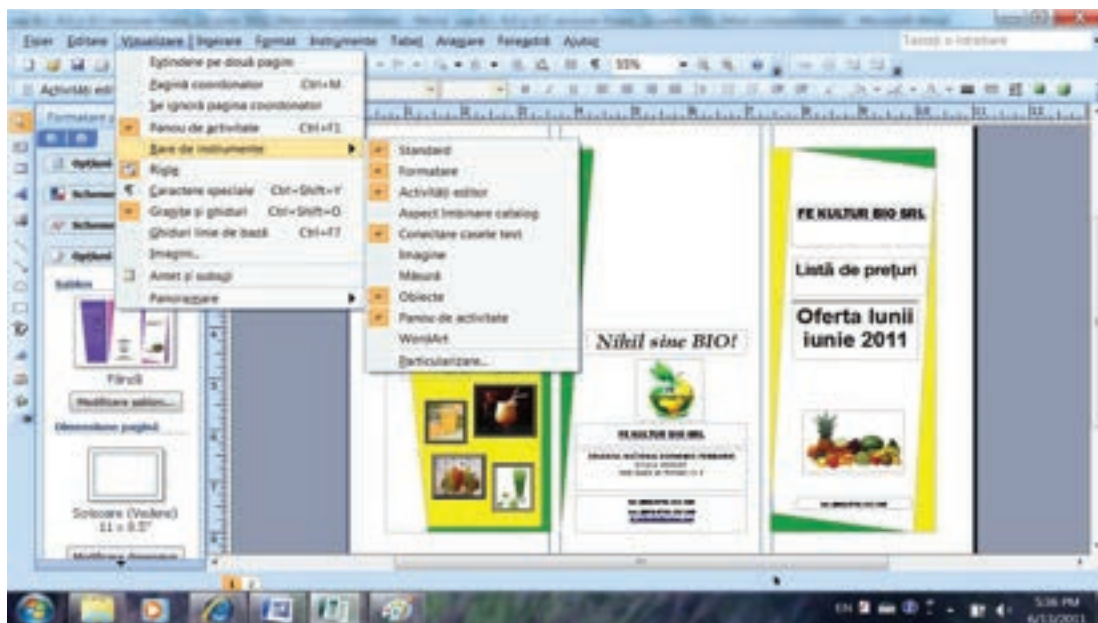
Se reia această procedură, până se ajunge la combinația de culori dorite, în cazul pliantului, combinația de mai jos.



În continuare, rând pe rând, se șterge textul cu instrucțiuni de editare, se editează casetele text cu textul dorit și se inserează imaginile dorite, până se ajunge la forma dorită de mai jos.



Pentru a activa și dezactiva bara de instrumente dorită sau pentru a particulariza barele de instrumente, se dă click succesiv pe butonul **Vizualizare** și **Bare de instrumente**, iar în lista barelor de instrumente afișate, se selectează cele dorite și se deselectionează barele de instrumente care nu se dorește să fie vizibile, ca în imaginea următoare:



După fiecare modificare definitivă realizată într-un pliant, se realizează operația de salvare, dând click pe pictograma **Salvare** (discheta), postată pe bara **Instrumentelor Standard**.



III. Crearea web site-ului firmei de exercițiu

Aplicația prezentată în continuare permite crearea și personalizarea publicațiilor și materialelor de marketing, pornind de la buletine informative, broșuri, fluturași și vederi, până la site-uri Web sau formate de poștă electronică, fiind un instrument excelent pentru construirea mărcii unei firme sau pentru realizarea campaniilor de marketing.

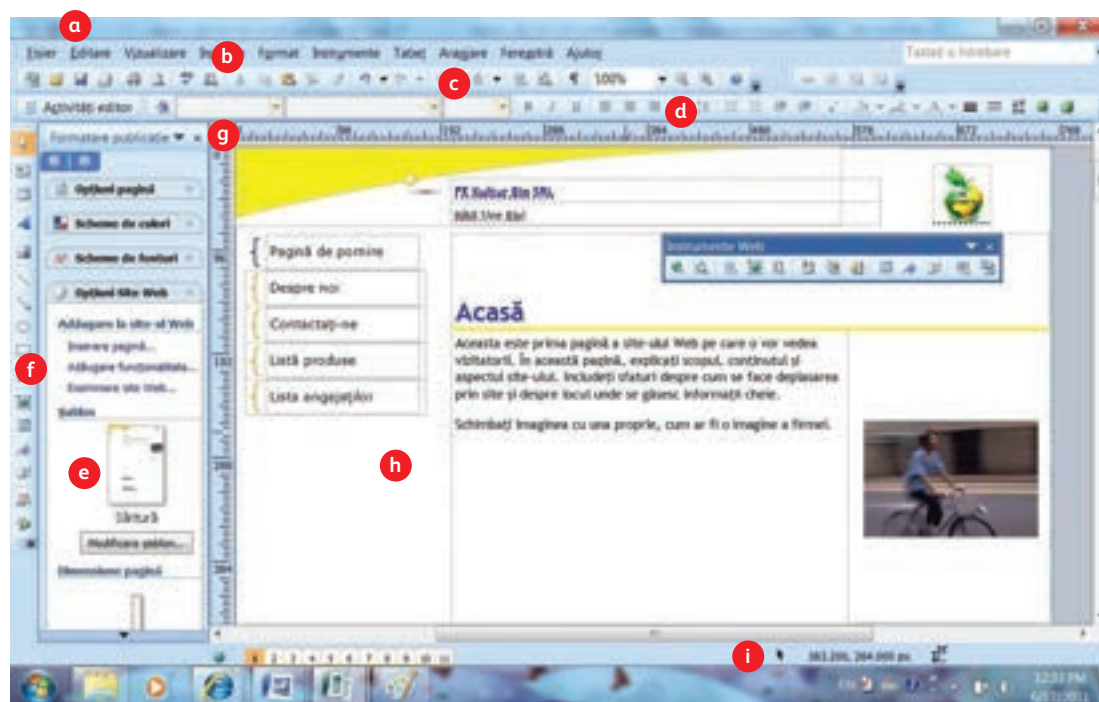
Pașii principali necesari pentru crearea unui website cu ajutorul unui **Expert Easy Web**.

La pornire, aplicația oferă posibilitatea alegerii tipului de publicație ce urmează a fi creat sau se poate deschide o publicație recentă. După alegerea publicației, se intră în mediul de lucru, alegând unul dintre șabloanele disponibile sau creând unul nou.

Mediul de lucru al aplicației cuprinde următoarele elemente, prezentate în figura 1, de mai jos:

- Bara de titlu a aplicației;
- Bara meniurilor principale;
- Bara de instrumente standard ce include butoane pentru crearea unui document nou, deschiderea și imprimarea publicațiilor, copiere și lipire;
- Bara instrumentelor de formatare;
- Panoul de activități;
- Bara de instrumente obiecte;
- Rigla verticală și orizontală;
- Pagina de lucru/ de editare propriu-zisă;
- Bara de setare.

Figura 1



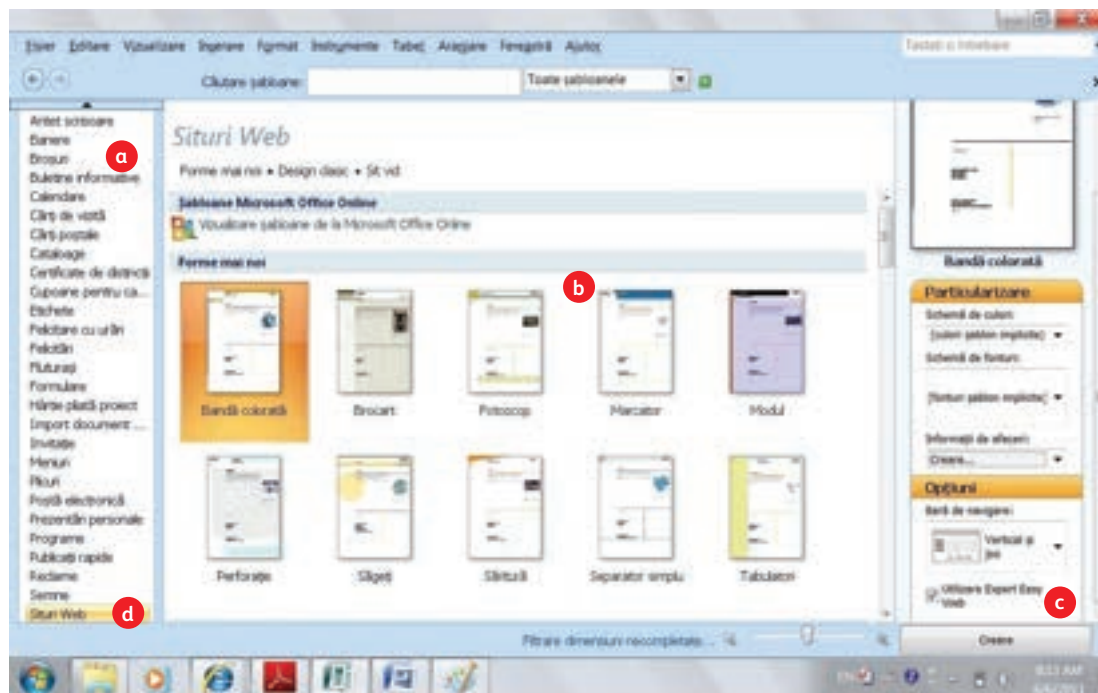
Pentru a utiliza aplicația **Web Easy Wizard** (Expert Easy Web), pentru **crearea unui web site** pentru FE KULTUR BIO SRL **cu ajutorul șabloanelor**:

1. Se dă **click** pe **Situri Web**, în lista **Tipuri de publicații** (panoul vertical din partea stângă a ferestrei de aplicație). În panoul din partea centrală a aplicației, este afișat un **Catalog de șabloane pentru site-uri web** care vă oferă **72 stiluri de site-uri Web**. În cazul în care panoul ce conține catalogul nu este vizibil, se poate restaura prin alegerea opțiunilor din bara de meniuri principale **Fișier** **Nou**.

Figura 2 prezintă **Catalogul** care afișează șabloane pentru situri web, cu opțiunea **Utilizare Expert Easy Web**, opțiune selectată în panoul de activitate **Opțiuni**.

Observație: Asigurați-vă că **Expertul EasyWeb** este activ. Pentru activarea acestuia, trebuie selectată caseta de selectare din panoul de activitate **Opțiuni**, în dreptul opțiunii **Utilizare expert Easy Web**.

Figura 2



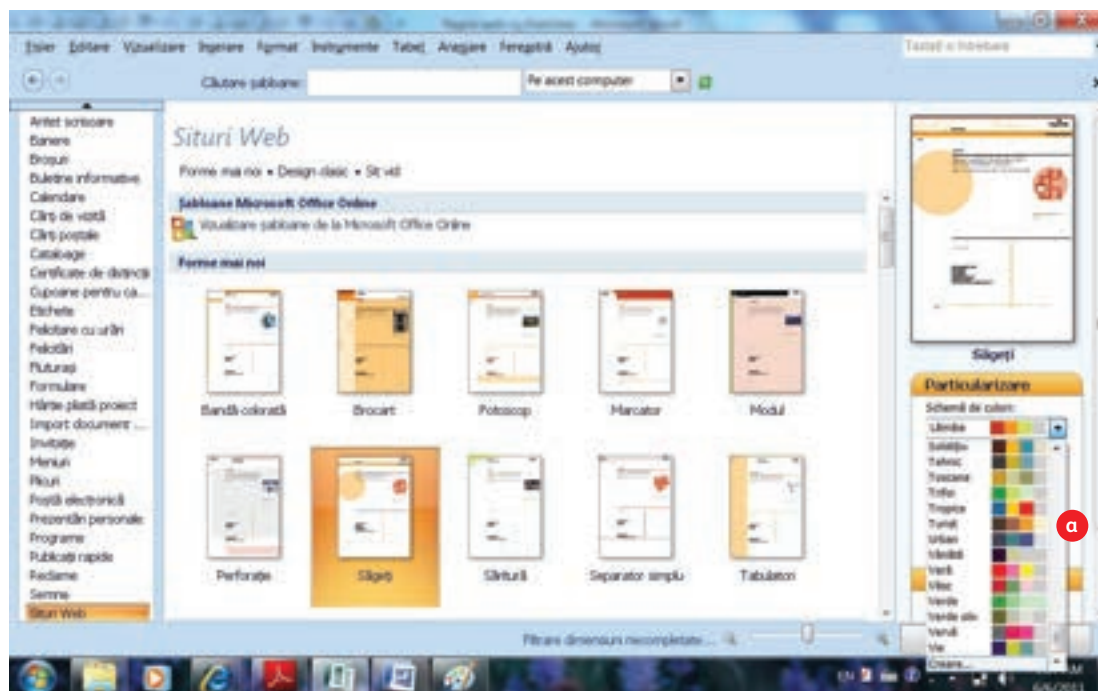
- a. Lista **Tipuri de publicații**
- b. Catalog de șabloane/ template-uri pentru site-uri web
- c. Opțiunea **Utilizare Expert Easy Web**
- d. **Click pe Siteuri Web**, pentru a activa listele de Vizualizare **Forme mai noi**, **Design clasic** și **Sit vid**, din **Catalogul de template-uri/șabloane de site-uri web**.

2. După ce se selectează șablonul dorit de web site, din **Catalogul** de situri web, în panoul **Particularizare**, se pot defini:

- Schema de culori;
- Schema de fonturi;
- Informațiile de afaceri.

Figura 3 prezintă **Definirea Schemei de culori a sitului web**.

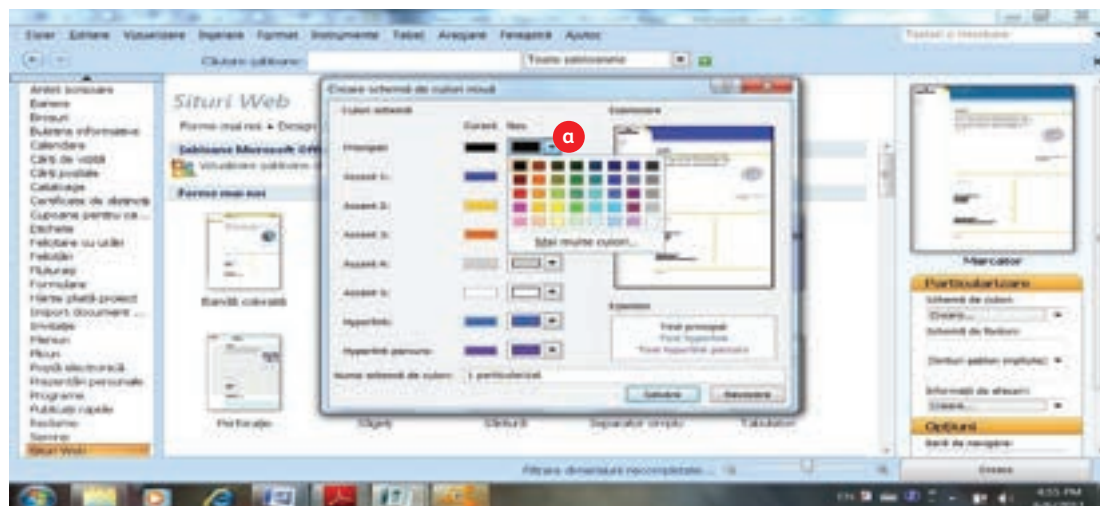
Figura 3



3. Se dă **click** în lista **Schemă de culori**, pe combinația de culori reprezentativă pentru culorile firmei de exercițiu, pentru a defini schema de culori a sitului web.

4. Dacă nici una dintre combinațiile propuse de Expert nu este adecvată firmei, există posibilitatea configurării propriei scheme de culori, în fereastra „**Crearea schemă de culori**”, care se activează dând **click** pe opțiunea **Creare** – **Figura 4**.

Figura 4

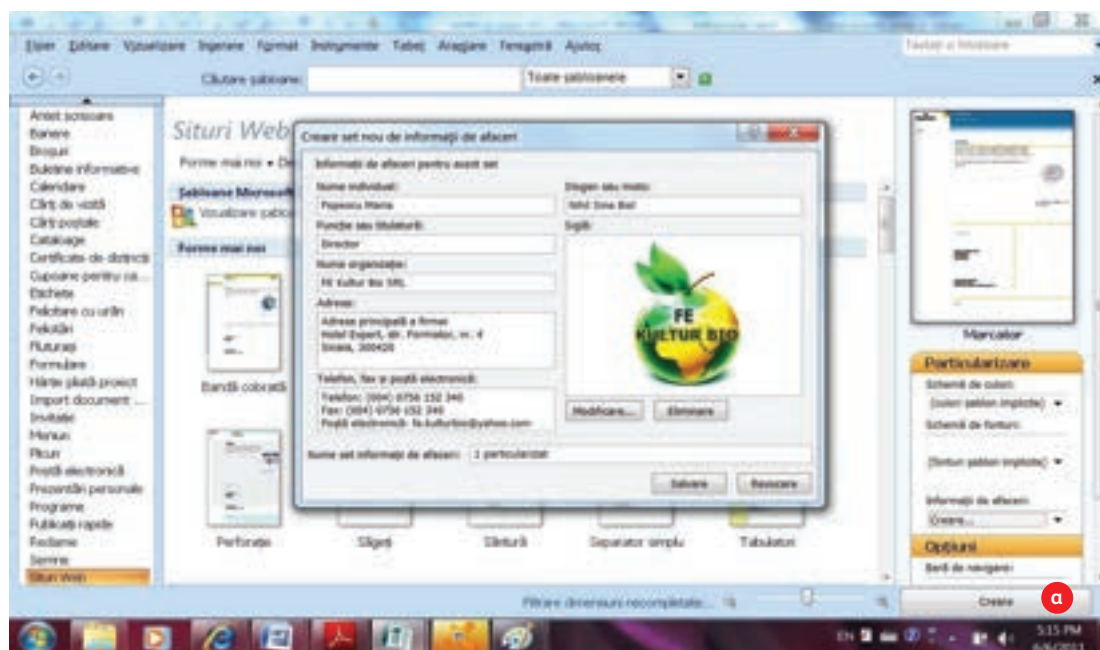


a. Click aici pentru configurarea unei noi scheme de culori.

5. Analog se configurează și informațiile de afaceri, dând **click** pe opțiunea **Creare informații de afaceri** (**Figura 5**), pentru a edita în fereastra **Creare set nou de informații de afaceri**, informațiile de contact ale firmei de exercițiu, inclusiv inserarea fișierul sigla.jpg. Se salvează informațiile de afaceri editate, dând **click** pe butonul **Salvare**.

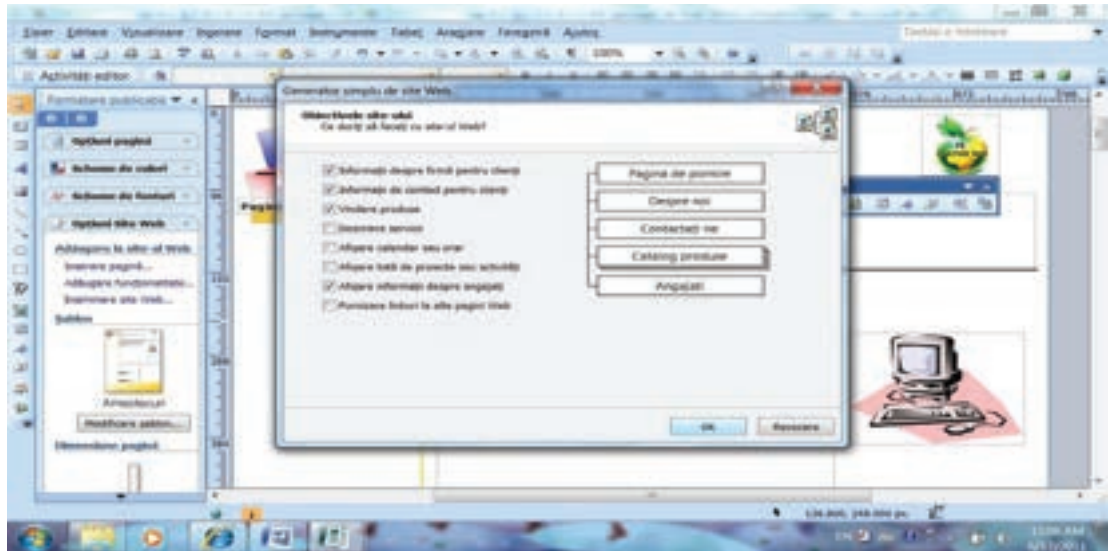
6. În mod implicit, Easy Web configurează atât bara de navigare verticală, cât și orizontală (stânga sus și jos). În final, click pe butonul **Creare** (a) pentru a lansa **Expertul Easy Web**.

Figura 5



7. În cadrul ferestrei **Generator simplu de Site Web** se bifează principalele obiective ale web site-ului firmei de exercițiu și se dă apoi **click pe butonul OK**.

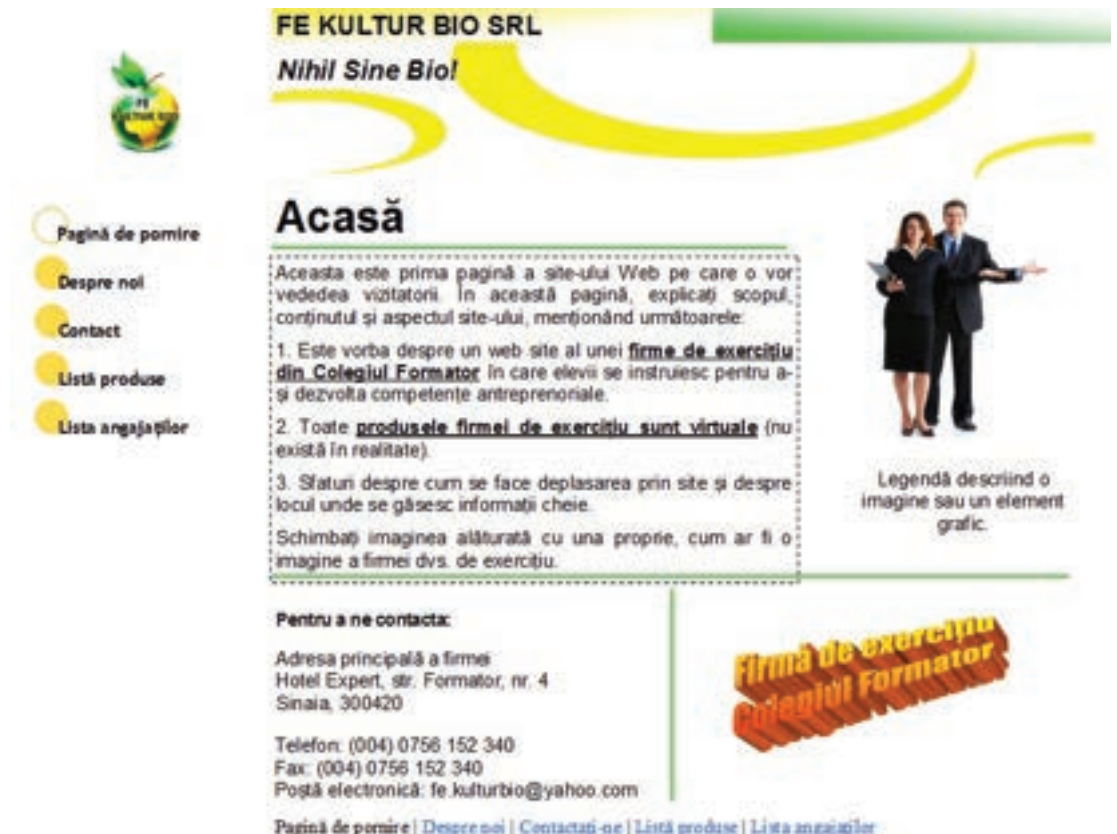
Figura 6



Opțiunile bifate în această fereastră din Figura 5 vor fi transformate de către Expertul Easy Web în principalele pagini ale web site-ului.

Conform structurii de web site proiectată la secțiunea B din acest capitol 8.7, fereastra de aplicație va arăta ca în Figura 6, prezentată anterior, iar Home page-ul web site-ului nou-creat va arăta ca în Figura 7 de mai jos:

Figura 7



Pagina „Despre noi” va conține informațiile din Figura 8 de mai jos:

Figura 8

FE KULTUR BIO SRL
Nihil Sine Bio!

Despre noi

Vorbiți-ve clienților despre firma dvs. de exercițiu.
Includeți o scurtă descriere a angajaților, produselor sau serviciilor pe care le oferiți și a scopului firmei sau o declarație cu privire la obiectivele sale.
Schimbați fotografia cu una care vă aparține, cum ar fi o fotografie a directorului general, a produsului principal sau a sediului firmei.

Legendă descriind o imagine sau un element grafic.

Pentru a ne contacta:

Adresa principală a firmei
Hotel Expert, str. Formator, nr. 4
Sinaia, 300420

Telefon: (004) 0756 152 340
Fax: (004) 0756 152 340
Poștă electronică: fe.kulturbio@yahoo.com

[Pagină de pornire](#) | [Despre noi](#) | [Contactați-ne](#) | [Listă produse](#) | [Lista angajaților](#)

Pagina **Contact** va conține informațiile din Figura 9 de mai jos:

Figura 9

FE KULTUR BIO SRL
Nihil Sine Bio!

Contactați-ne

Stil titlu

Spuneți clienților cum să vă contacteze și unde se află firma dvs. Inserați o hartă și introduceți indicațiile necesare pentru a ajunge la sediul firmei. Includeți numărul de telefon, numărul de fax și o adresă de poștă electronică.
Schimbați fotografia cu una care vă aparține, cum ar fi o hartă a locației.

Tastați adresa străzii sau numele cartierului.

Pentru a ne contacta:

Adresa principală a firmei
Hotel Expert, str. Formator, nr. 4
Sinaia, 300420

Telefon: (004) 0756 152 340
Fax: (004) 0756 152 340
Poștă electronică: fe.kulturbio@yahoo.com

[Pagină de pornire](#) | [Despre noi](#) | [Contactați-ne](#) | [Listă produse](#) | [Lista angajaților](#)

Pagina **Lista produse** va conține informațiile din Figura 10 de mai jos:

Figura 10



FE KULTUR BIO SRL
Nihil Sine Bio!

Pentru a ne contacta, sunați la:
(004) 0756 152 340

Listă produse

Afișați produsele oferite de firma dvs. Pentru a adăuga mai multe produse, copiați și lipiți casete adiționale de text.

Rodii
Citrice - Grecia

Cod produs: KBb CO1 • [Mai multe](#) Preț incl. TVA: 7,50 RON

Nume produs 2
Tastați o descriere a produsului. Schimbați poza cu una ce vă aparține.

Număr inventar/articol 000000 • [Mai multe](#) Preț: 00,00 RON

Nume produs 3
Tastați o descriere a produsului. Schimbați poza cu una ce vă aparține.

Număr inventar/articol 000000 • [Mai multe](#) Preț: 00,00 RON

Nume produs 4
Tastați o descriere a produsului. Schimbați poza cu una ce vă aparține.

Număr inventar/articol 000000 • [Mai multe](#) Preț: 00,00 RON

Nume produs 5
Tastați o descriere a produsului. Schimbați poza cu una ce vă aparține.

Număr inventar/articol 000000 • [Mai multe](#) Preț: 00,00 RON

Nume produs 6
Tastați o descriere a produsului. Schimbați poza cu una ce vă aparține.

Număr inventar/articol 000000 • [Mai multe](#) Preț: 00,00 RON

[Pagină de pornire](#) | [Despre noi](#) | [Contactați-ne](#) | [Lista produse](#) | [Lista angajaților](#)

Pagina **Lista angajaților** va conține informațiile din Figura 11 de mai jos:

Figura 11

FE KULTUR BIO SRL
Nihil Sine Bio!

Lista angajaților

Creați o listă a angajaților. Tastați adresele de poștă electronică ale angajaților, precum și o scurtă biografie. Schimbați fotografia cu una care vă aparține, cum ar fi cea a angajatului. Pentru a adăuga mai mulți angajați, copiați și lipiți casete suplimentare de text.
ATENȚIE! În cazul în care angajații firmei dvs. de exercițiu sunt minori, se recomandă să nu le postați poza și email-ul pe internet.

Nume angajat 1
Tastați o scurtă biografie a angajaților sau descrieți-le slujba.
Poștă electronică: [Mai multe detalii...](#)

Nume angajat 2
Tastați o scurtă biografie a angajaților sau descrieți-le slujba.
Poștă electronică: [Mai multe detalii...](#)

Nume angajat 3
Tastați o scurtă biografie a angajaților sau descrieți-le slujba.
Poștă electronică: [Mai multe detalii...](#)

Nume angajat 4
Tastați o scurtă biografie a angajaților sau descrieți-le slujba.
Poștă electronică: [Mai multe detalii...](#)

Nume angajat 5
Tastați o scurtă biografie a angajaților sau descrieți-le slujba.
Poștă electronică: [Mai multe detalii...](#)

[Pagină de pornire](#) | [Despre noi](#) | [Contactați-ne](#) | [Listă produse](#) | [Lista angajaților](#)

C. Activitate practică

Denumire: Realizarea materialelor promoționale

Mod de lucru: Pe departamente

Resurse:

- de timp: o săptămână;
- materiale: calculatoare conectate la internet, softuri.

Sarcini de lucru:

- Realizați materialele promoționale pentru promovarea unui eveniment în firma de exercițiu.
- Prezentați materialele în cadrul firmei de exercițiu.

Recomandări: Asigurați-vă că toți angajații din firma de exercițiu cunosc sarcinile date!

Instrumente de evaluare: Criterii de evaluare a materialelor promoționale.

Instrumente și metode didactice utilizate în firma de exercițiu

FIȘA DE DOCUMENTARE

1. Analiza DOTS Analiza DOTS e un exercițiu ce ajută angajatul din firma de exercițiu în luarea unei decizii privind activitatea din departamentul din care face parte.



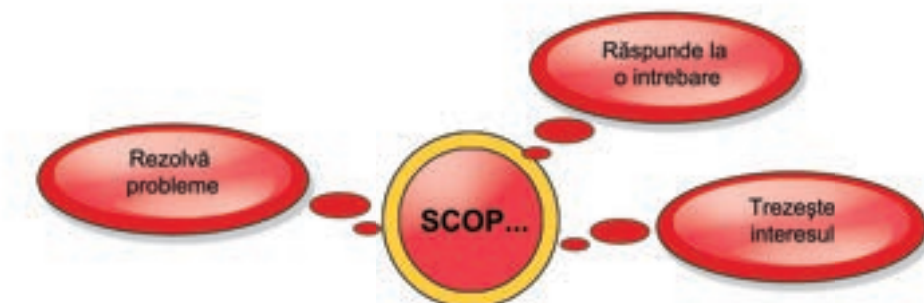
Analiza DOTS are rolul de a-l pune pe participant să realizeze o cercetare care să-l ajute să conștientizeze asupra situației reale, asupra șanselor de atingere a unor obiective, să elaboreze un eventual plan de acțiune.

- Resurse:**
- de timp: nu există limită de timp dar, uzual, se aplică 10-15 minute;
 - materiale: coli A4 sau orice coală de hârtie și instrumente de scris.

Sarcini de lucru: Sunt solicitate răspunsuri cât mai sincere la întrebările următoare:
„Ce șanse am?"/ „Cum sunt?"/ „Ce voi face?"/ „Cum voi face față?”

DECIZIA	Răspunsul la întrebarea: „Ce șanse am?“, luând în considerare posibilitățile accesibile.	
OPORTUNITĂȚI	Răspunsul la întrebarea: „Cum sunt?“, luând în considerare ce pot oferi și ce urmăresc.	
TRANZIȚIE	Răspunsul la întrebarea: „Ce voi face?“, identificând și rezolvând dilemele personale.	
SUCCES/ȘANSE	Răspunsul la întrebarea „Cum voi face față?“ anticipând consecințele și găsind soluțiile.	

FIȘA DE DOCUMENTARE

2. Brainstorming Brainstorming-ul încurajează creativitatea și generează rapid multe idei.

- Descriere:**
- Se prezintă o întrebare, o idee sau un subiect verbal sau în scris pe coli de flipchart;
 - Se invită participanții să contribuie cu idei sau sugestii, printr-un cuvânt sau printr-o frază scurtă;
 - Se încurajează inițiativa, dar nu se stabilește o anumită ordine a interlocutorilor;
 - Se explică participanților că nu au voie să se repete sau să întrerupă ședința;
 - Se notează răspunsurile pe flipchart;
 - Se pune accentul pe utilitate și creativitate;
 - Se evidențiază calitatea și nu cantitatea celor subliniate;
 - Se stabilesc prioritățile, se analizează și se prioritizează ideile, pentru a genera o discuție sau pentru a rezolva o problemă.

„Este foarte probabil ca în 999 de cazuri dintr-o mie nu va rezulta nimic, fie pentru că ideea nu valorează nimic, fie pentru că nu știm să o punem în valoare; dar avem interesul să le culegem pe toate, chiar și cu scepticism, întrucât cea de-a mia idee ar putea fi cea care va transforma lumea?” (Alfred Whitehead)

FIȘA DE DOCUMENTARE

3. Roata cuvintelor Roata cuvintelor este o metodă didactică non-formală, prin care un participant schimbă idei cu cât mai mulți participanți din sală.

- Descriere:** Participanții se așează față în față sub forma a două cercuri concentrice. Profesorul pune o întrebare sau dă o sarcină de lucru în perechi. Fiecare pereche discută și apoi comunică ideile. Cercul din exterior se rotește în sensul acelor de ceasornic, realizându-se astfel schimbarea partenerilor în pereche. Elevii au posibilitatea de a lucra cu fiecare membru al clasei. Fiecare se implică în activitate și își aduce contribuția la rezolvarea sarcinii.

Etape: **1. Etapa organizării colectivului în două grupe egale**

Fiecare elev ocupă un scaun, fie în cercul din interior, fie în cercul exterior. Profesorul poate să lase elevilor libertatea de a-și alege locul sau poate organiza colectivul, numărând din doi în doi. Astfel, cei cu numărul 1 se vor așeza în cercul interior cu fața la exterior, iar cei cu numărul 2 în cercul exterior cu fața către elevii din cercul interior. Stând față în față, fiecare elev are un partener.

Dacă numărul de elevi este impar, la activitate poate participa și cadrul didactic sau doi elevi pot lucra în „tandem”.

2. Etapa prezentării și a explicării problemei

Profesorul oferă cazurile pentru studiu, problemele de rezolvat sau situațiile didactice și explică importanța soluționării.

3. Etapa de lucru în perechi

Elevii lucrează doi câte doi pentru câteva minute. Apoi cei din cercul exterior se mută un loc mai la dreapta pentru a schimba partenerii, realizând astfel o nouă pereche. Jocul se continuă până când se ajunge la partenerii inițiali sau se termină întrebările.

4. Etapa analizei ideilor și a elaborării concluziilor

În acest moment, clasa se regroupează și se analizează ideile emise. Profesorul face împreună cu elevii o schemă a concluziilor obținute.

Teme de studiu:

- Se pot da elevilor întrebări cu răspunsuri eliptice, care se vor completa pe rând de către fiecare pereche, iar în final se vor analiza toate răspunsurile și se vor face corectări și completări.
- Perechile pot rezolva câte o problemă de pe o fișă dată până la epuizarea sarcinii, iar în final se vor citi rezolvările. Se poate da următoarea comandă (după ce elevii și-au ocupat locurile în cercurile concentrice): „Toți elevii rezolvă punctul nr. 1 din fișă, timp de 5 minute.” Are loc apoi schimbarea perechilor și se dă următoarea comandă: „Toate perechile se concentrează la punctul nr. 2 din fișă.” Și așa mai departe, până când se termină fișa de lucru. Se reface colectivul și se analizează pe rând răspunsurile date.

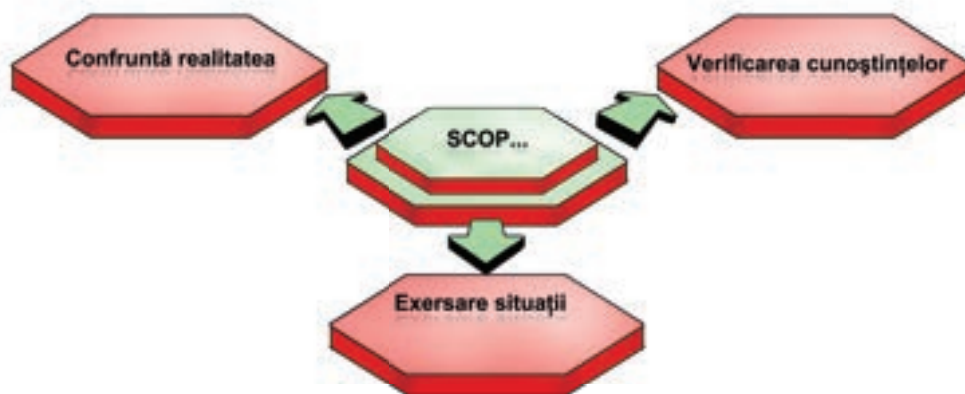
Avantajele metodei Roata cuvintelor

- Este o metodă interactivă de grup, care stimulează participarea tuturor elevilor la activitate.
- Elevii au posibilitatea de a lucra cu fiecare dintre membrii colectivului;
- Stimulează cooperarea în echipă, ajutorul reciproc, înțelegerea și toleranța față de opinia celuilalt;
- Este o metodă ușor de aplicat la orice vârstă și adaptabilă oricărui domeniu și obiect de studiu.

FIȘA DE DOCUMENTARE

4. Metoda incidentelor critice

Metoda incidentelor critice reprezintă o metodă de confruntare directă a elevilor cu o situație reală, reprezentativă pentru un set de situații și evenimente problematice.



- Descriere:**
- Profesorul prezintă elevilor cadrul general în care s-a produs evenimentul;
 - Descrierea trebuie să fie clară, precisă și completă;
 - Coordonatorul pune accent pe sesizarea nuanțelor incidentului, concomitent cu înțelegerea necesității rezolvării lui de către participanți;
 - Elevii sunt încurajați să găsească o soluție la incidentul creat prin acordarea acestora de timp, în vederea documentării, găsirii și notării soluțiilor;
 - Dezbateră în grup a modurilor de soluționare a cazului prin analiza variantelor, fie mai întâi în grupuri mici de elevi (5–6 membri) și apoi în plen, fie direct în plen, fiecare își expune varianta propusă;
 - Compararea rezultatelor obținute și analiza critică a acestora, printr-o dezbateră liberă, moderată de către profesorul coordonator;
 - Formularea concluziilor optime pe baza luării unor decizii unanime.

Rolul profesorului se reduce doar la cel de incitator și de provocator al demersurilor de rezolvare a cazului. Cu abilitate și discreție, el trebuie să aplaneze eventualele conflicte și să manifeste răbdare față de dificultățile întâmpinate de elevi pentru a soluționa cazul, punând accent pe gradul de implicare al acestora în rezolvarea unui incident critic.

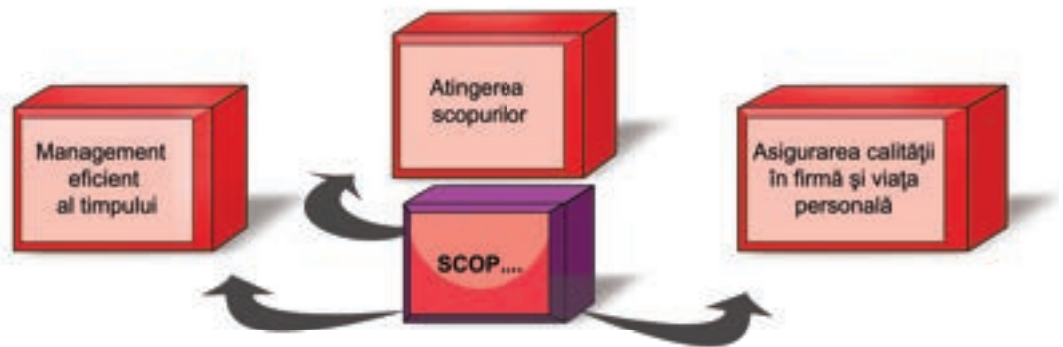
Modalități de aplicare

- Prin faptul că are un pronunțat caracter activ, metoda contribuie la dezvoltarea capacităților psihice, de analiză critică, de elaborare de decizii și de soluționare promptă a cazului, formând abilitățile de argumentare;
- Prin faptul că se desfășoară în grup, dezvoltă inteligența interpersonală, spiritul de echipă, toleranța și ajutorul reciproc, specific învățării prin cooperare;
- Prin confruntarea activă cu un caz practic, metoda oferă oportunități în construirea unui pod între teorie și practică.

FIȘA DE DOCUMENTARE

5. Prioritizarea activităților- Metoda ABCDE (Tracy)

Prioritizarea activităților prin: ierarhizarea activităților după efectele lor (pozitive sau negative)



Principiul metodei:

Se îndeamnă să se efectueze cu prioritate acea activitate care va aduce cele mai multe rezultate sau va avea cele mai neplăcute/grave/dureroase consecințe dacă nu se duce la îndeplinire.

A – Activitățile notate cu **A** sunt foarte importante.

B – Se notează cu **B** activitățile care sunt importante, însă nu la fel de importante ca cele notate cu **A**. „E bine să... !”

Acestea sunt lucruri care ar fi bine să fie realizate. Consecințele neîndeplinirii unei astfel de activități nu sunt chiar atât de grave.

C – activitățile notate cu **C** nu sunt deloc importante, sunt lucruri care ar fi plăcut să fie realizate, însă care nu au nici un impact, pozitiv sau negativ, asupra carierei angajatului. Nu ar strica să !!

D – activitățile notate cu **D** sunt activități care se pot delega altor persoane. Pasezi... altcuiva !!

E – se notează cu **E** activitățile care pot fi eliminate din listă, fără a avea vreo consecință asupra lucrurilor cu adevărat importante pentru firmă.

O astfel de activitate ar putea fi urmărirea unui meci de fotbal (exceptând cazul unui antrenor sau al unui sportiv).

FIȘA DE DOCUMENTARE

6. Prioritizarea activităților – Metoda Covey

Metoda Covey ajută la prioritizarea activităților: gruparea activităților după importanță și urgență



Domenii de utilizare:

Activitățile curente din firmă, managementul proceselor, rezolvarea de probleme

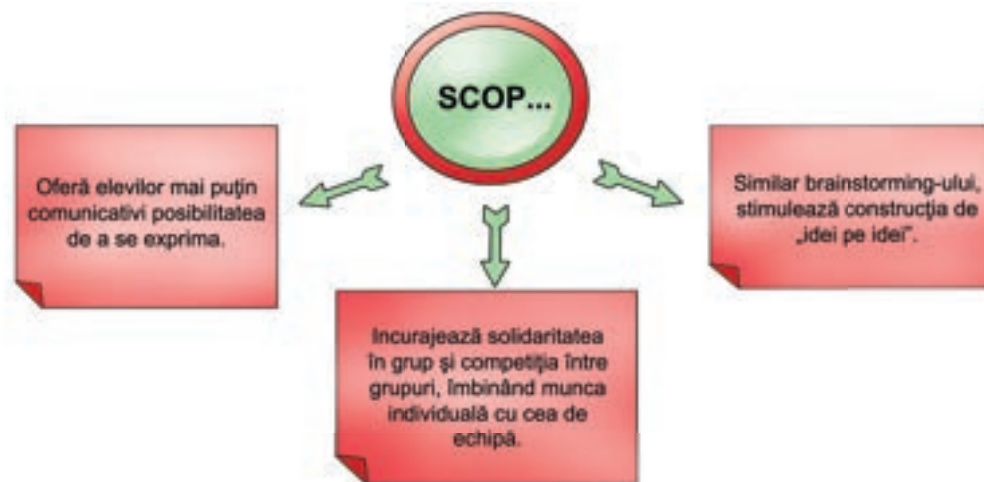
Se grupează activitățile din firma de exercițiu în patru cadrane, în funcție de importanța lor și termenul de rezolvare al sarcinilor. Exemplele – în roșu – sunt pentru FE KULTUR BIO SRL.

	Urgent	Nu e urgent
Important	I. Crize Probleme prezente Proiecte cu termen fix Plata contribuțiilor sociale și fiscale	II. Prevenire/planificare Cultivarea relațiilor Recunoașterea noilor oportunități Planificare/recreere Participarea la un eveniment: lansarea firmelor la o școală din oraș
Neimportant	III. Înteruperi, apeluri Corespondență, rapoarte Întâlniri Activități mărunte Primirea unei oferte	IV. Munca de rutină Conversația la telefon timpul irosit Activități de „evadare” Circulară care anunță un eveniment cultural

FIȘA DE DOCUMENTARE

7. Tehnica 6/3/5

Tehnica 6/3/5 este asemănătoare brainstorming-ului. Ideile noi însă se scriu pe foile de hârtie care circulă între participanți, și de aceea se mai numește și Metoda Brainwriting.



Tehnica se numește 6/3/5 pentru că există:

- 6 membri în grupul de lucru, care notează pe o foaie de hârtie;
- câte 3 soluții fiecare, la o problemă dată;
- timp de 5 minute (însușind 108 răspunsuri, în 30 de minute, în fiecare grup).

Etapele metodei 6/3/5:

- Împărțirea clasei în grupe a câte 6 membri fiecare;
- Formularea problemei și explicarea modalității de lucru;
- Elevii primesc fiecare câte o foaie de hârtie împărțită în trei coloane;
- Desfășurarea activității în grup;
- În această etapă are loc o îmbinare a activității individuale cu cea colectivă;
- Pentru problema dată, fiecare dintre cei 6 participanți are de notat pe o foaie 3 soluții în tabelul cu 3 coloane, într-un timp maxim de 5 minute. Foile migrează apoi de la stânga spre dreapta până ajung la posesorul inițial. Cel care a primit foaia colegului din stânga citește soluțiile deja notate și încearcă să le modifice în sens creativ, prin formulări noi, adaptându-le, îmbunătățindu-le și reconstruindu-le continuu;
- Analiza soluțiilor și reținerea celor mai bune.

Se centralizează datele obținute, se discută și se apreciază rezultatele.

FIȘA DE DOCUMENTARE

Feedback-ul Feedback-ul descrie altei persoane comportamentul acesteia și ceea ce ați simțit ca reacție la acest comportament.



Domeniul de utilizare ajută individul să afle dacă comportamentul lui a avut efectul scontat, îl informează dacă „nu a greșit ținta” pe măsură ce încearcă să-și atingă obiectivele.

- Ar fi util:**
1. Să se acorde atenție activității individului;
 2. Să se îndrepte spre un comportament care să-l ajute pe receptor;
 3. Să se afle într-o poziție în care să fie solicitat, decât să se impună;
 4. Feedback-ul să se producă imediat după observarea unui comportament dat;
 5. Să fie verificat pentru a asigura o comunicare clară;

Cum să reacționați la feedback:

- Respirați, acesta este un sfat simplu dar eficace;
- Ascultați cu atenție, nu întrerupeți;
- Puneți întrebări pentru clarificare, aveți dreptul de a primi feedback clar;
- Acceptați feedback-ul;
- Sortați fără grabă ce auziți;
- Să nu fie folosit feedback-ul pentru „a te descărca pe cineva”.

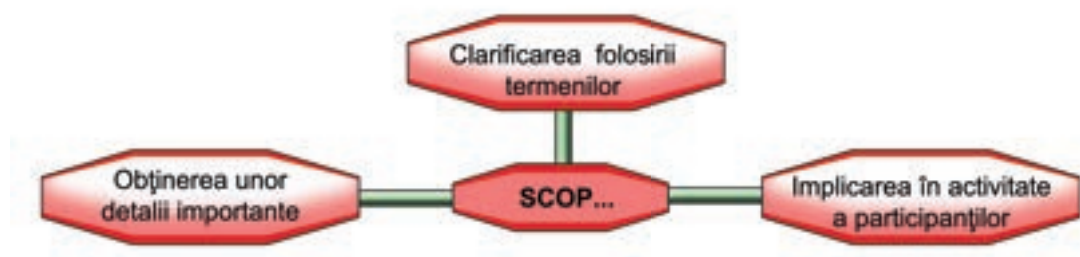
Exemple: *Întrebare:* Cum ți se pare acest raport de evaluare?
Răspuns greșit: Cred că ți-ai dat toată silința să iasă o treabă bună!
Feedback: Mi se pare un raport complet și obiectiv!

Întrebare: Ce părere ai despre această carte?
Răspuns greșit: Cred că ar trebui să o scrii din nou!
Feedback: Mi s-a părut o carte incompletă. Nu am reușit să o înțeleg!

FIȘA DE DOCUMENTARE

Tehnica punerii întrebărilor

Tehnica punerii întrebărilor = instrument utilizat pentru formarea părerilor, dezvoltarea intențiilor proprii, verificarea percepțiilor, ascultarea activă ș.a.



Cum să adresăm întrebări:

Cerințe	Soluții tip
1. Formulați întrebările clar și concis	
2. Adresați întrebările pe rând	
3. Lăsați o pauză după întrebare (eventual reformulați)	
4. Formulați întrebări deschise, NU închise	
5. Puneți întrebarea într-o manieră pozitivă	
6. De evitat întrebările cu conținut moralizator sau care cer un standard absolut	



- Atunci când informația primită de la o persoană nu este suficientă, se vor pune întrebări pentru a defini problema în alt fel. Întrebările puse determină direcția conversației.
- Întrebările trebuie astfel formulate, încât să nu pară amenințătoare pentru interlocutor. Asigurați-vă că aveți un motiv bun pentru a le pune, identificați clar ce doriți să aflați, folosiți coduri nonverbale și acceptați responsabilitatea unor întrebări nu prea bine formulate.
- Ascultați răspunsul verbal și observați-l pe cel nonverbal, în cazul fiecărei întrebări. Observați-le atent! Încercați să nu alterați răspunsul când îl reformulați pentru a-l confirma.

Cuvânt înainte

„Dă-i unui om un pește și va fi sătul o zi întreagă, învață-l să pescuiască și va fi sătul o viață întreagă.”
LAO TZU, filosof chinez

Mă adresez vouă, dragi profesori, elevi și eleve, cu convingerea că veți primi acest ghid cu bucurie și că îl veți folosi cu măiestrie astfel încât valențele educative ale firmei de exercițiu să se materializeze în cunoștințe, competențe și atitudini pentru viață, iar performanțele obținute în timpul școlii să vă servească drept motivație pentru viitoare afaceri și cariere de succes. Profesionalismul, capacitatea de a lua decizii, asumarea de riscuri și responsabilități, perseverența și dăruirea, arta de a învăța din eșecuri și înțelepciunea de a împărtăși o victorie sunt cheia care deschide porțile succesului. Ghidul răspunde nevoii de a asigura o legătură mai strânsă între mediul economic și cel educațional, oferind o abordare integrată a dezvoltării competențelor și atitudinilor fundamentale pentru trecerea cu succes de pe băncile școlii într-o piață a muncii supusă unor schimbări continue și provocări multiple.

Doresc să mulțumesc, în mod special, echipei de autori a proiectului pentru excelenta calitate și spiritul inovator al ghidului, rod al unui fructuos și durabil parteneriat între KulturKontakt Austria, Ministerul Educației Cercetării Tineretului și Sportului și Centrul Național de Dezvoltare a Învățământului Profesional și Tehnic.

Cu speranța că modelele și exemplele de bună practică oferite vă vor călăuzi în activitatea de formare a viitorilor tineri antreprenori, vă doresc mult succes în activitatea firmei de exercițiu și în punerea în practică a celor mai îndrăznețe idei!



Gabriela Liliana Ciobanu
Director CNDIPT

Este o deosebită bucurie pentru mine să pot adresa, cu această ocazie, cuvinte de apreciere și de mulțumire către utilizatorii prezentului ghid. Doresc să mulțumesc cu precădere pentru activitatea profesionistă și de o mare implicare a experților/expertelor din echipa de proiect austriaco-română, care a contribuit în mod decisiv la calitatea profesională excelentă și la relevanța deosebită a acestui produs. Apreciam în mod deosebit relația excelentă de colaborare cu Ministerul Educației, Cercetării, Tineretului și Sportului din România și Centrul Național de Dezvoltare a Învățământului Profesional și Tehnic.

Publicarea acestei cărți este rezultatul unei cooperări educaționale fructuoase pe durata multor ani între România și Austria și reprezintă, în plus, expresia unei străduințe intense pentru a obține o colaborare strânsă între economie și școală atât în contextul național, cât și în cel european. Ceea ce se solicită de către partenerii școlilor tot mai intens, și anume structurarea unei educații și a unei formări apropiate de practică și relevantă la nivel economic, este inițiat prin acest manual într-un mod impresionant. Prin faptul că prezentul ghid face o abordare atât de impresionantă a promovării competențelor-cheie la elevi și eleve, acesta poate fi considerat o îmbogățire esențială pentru un învățământ modern și centrat pe elev. Doresc astfel tuturor cadrelor didactice, elevilor și elevelor multă bucurie la folosirea acestui mijloc educațional. Mult succes pentru punerea în practică a inițiativelor dumneavoastră legate de activitatea în firma de exercițiu!



Gerhard Kowař
Director KulturKontakt Austria

Gânduri ale „beneficiarilor” directi

„Experiența de anul trecut ne-a ajutat foarte mult în modul de abordare a ideii de afacere și în realizarea a ceea ce ne-am propus. A fost mai greu, oamenii ne cunosc și așteptările sunt mari. Nu am vrut să dezamăgim, ne-am pregătit și se pare că am convins. Ne vedem în finală.

Suntem sigure că nu ne va fi ușor, competiția este acerbă, firmele implicate în concurs au rezultate foarte bune în activitatea desfășurată. Sperăm că ideea noastră să vă convingă. Succes tuturor!”

Cristina Apostol - FE Teleprest

Colegiul Economic „Ion Ghica” Târgoviște



„Competiția Business Plan a fost pentru noi o mare oportunitate de a aplica și aprofunda cunoștințele teoretice dobândite în cursul anilor de liceu, întrucât această experiență a necesitat cunoștințe din întreaga arie curriculară.

Ceea ce ne-a impresionat a fost profesionalismul și seriozitatea cu care a fost tratat acest concurs, încă de la faza locală întâlnind echipe foarte bine pregătite, ce ne-a pus la încercare capacitatea organizatorică, creativitatea și spiritul antreprenorial.

Această experiență ne-a deschis noi orizonturi, învățându-ne să lucrăm în echipă și să ne conturăm personalitatea într-un ambient în care orice decizie poate fi definitivă pentru viitorul unei firme.”

Paiu Ștefăniță, Ciubotaru Sergiu - FE Future Advertising

Colegiul Economic Administrativ, Iași

Prezentarea ghidului

Ghidul metodologic a fost proiectat ca un instrument util în activitatea de predare - învățare a disciplinelor economice prin metoda modernă și interactivă „firma de exercițiu”.

Metoda „firma de exercițiu” se bucură de un real succes în România, fiind introdusă în curriculum-ul obligatoriu la profilul Servicii, dar fiind și o oportunitate pentru elevii de la celelalte profiluri de a dobândi competențe antreprenoriale în cadrul unor ore moderne.

Ghidul metodologic a fost elaborat de către o echipă de autori din România și Austria, în cadrul proiectului „Formarea cadrelor didactice din învățământul profesional și tehnic - profil SERVICII, pentru extinderea metodei moderne interactive de învățare firma de exercițiu”, proiect finanțat prin POSDRU.

Manualul și CD-ul conțin 14 capitole, acestea având o structură unitară: Motivație, Competențe și obiective, Conținuturi tematice. Fiecare conținut tematic cuprinde: A. Noțiuni teoretice, B. Exemplu/Exemple de bună practică, C. Activitate/Activități practice. Fiecare capitol se încheie cu *Sugestii metodice, Glosar de termeni și Bibliografie*.

Capitolul 1 (*Ce este o firmă de exercițiu?*) abordează conceptele teoretice privind activitatea din firma de exercițiu. Sunt identificate avantajele activității practice și actorii care se implică în firma de exercițiu. De asemenea, se prezintă activitatea zilnică și evenimentele speciale din firma de exercițiu, resursele materiale și colaborarea interdisciplinară presupusă de activitatea din firma de exercițiu. Exemplele de bună practică oferă modele de activități foarte utile pentru familiarizarea elevilor cu conceptul de firmă de exercițiu.

Întrucât în acest capitol se prezintă doar aspectele teoretice care vizează conceptul „firmă de exercițiu”, fără a se apela încă la un model, nu apare structura mai sus amintită. Apar, în schimb, activități practice dedicate pregătirii înființării, analizei mediului extern al unei firme de exercițiu, identificării asemănărilor și a diferențelor dintre firma de exercițiu, FE, și firma reală.

Capitolul 2 (*Înființarea unei firme de exercițiu*) prezintă pașii înființării unei firme de exercițiu, de la analiza mediului extern, a specificului unei piețe virtuale ca mediu de învățare, alegerea formei juridice, studiarea procedurii de înființare, procesul de recrutare a personalului, la organizarea structurală și procesuală în firma de exercițiu.

Exemplele de bună practică sunt structurate pe modelul firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL. Începând cu capitolul 2, această firmă va fi un model pentru exemplele de bună practică din cadrul ghidului.

Exemplele de bună practică din cadrul acestui capitol vor oferi modele pentru primii pași ai înființării unei firme de exercițiu, pe baza modelului firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL. *Identificarea ideii de afaceri* ajută la conturarea coordonatelor de demarare a afacerii. Ca bază pentru planificarea activităților și derularea acestora, analiza mediului de marketing și a posibililor parteneri, relaționarea eficientă cu aceștia asigură un start promițător al afacerii. Alegerea formei juridice, a obiectului de activitate, a numărului de asociați, detaliile cu privire la completarea documentelor de înființare și la introducerea pe piață a produselor firmei de exercițiu constituie pașii model pe care o firmă de exercițiu trebuie să îi aibă în vedere. Punerea în aplicare a ideii de afaceri este realizată de angajații recrutați pe posturile din cadrul firmei de exercițiu. Modelele de anunț de recrutare, de scrisoare de intenție și de Curriculum Vitae oferă puncte de pornire și exemple valoroase pentru procesul de recrutare din firma de exercițiu.

Activitățile practice propun aplicații importante vizând noțiunile prezentate în acest capitol: alegerea obiectului de activitate, alegerea denumirii firmei de exercițiu, alegerea formei juridice, completarea documentației de solicitare a constituirii și autorizării funcționării firmei de exercițiu, proiectarea acțiunilor și activităților viitoare, realizarea organigramei și stabilirea relațiilor dintre

compartimentele firmei, descrierea posturilor vacante pentru angajare, organizarea procesului de instruire a angajaților din firma de exercițiu și procesul de înregistrare a firmei la Centrala ROCT.

Capitolul 3 (*Planificarea activității în firma de exercițiu*) subliniază importanța care trebuie acordată planificării activității din firma de exercițiu. Anticiparea schimbărilor prin intermediul planificării facilitează adaptabilitatea și asigură atingerea obiectivelor propuse. Stabilirea obiectivelor anuale (viziune, misiune, obiective, strategii, măsuri), managementul eficient al timpului și planificarea activităților din firma de exercițiu reprezintă repere foarte importante ale planificării, abordate în acest capitol pe baza conexiunii dintre economic și pedagogic în firma de exercițiu.

Exemplele de bună practică din cadrul capitolului al treilea oferă modele de planificare a activității, a stabilirii obiectivelor, viziunii, misiunii, strategiilor și măsurilor care trebuie adoptate în activitatea unei firme de exercițiu.

Activitățile practice susțin aplicarea noțiunilor propuse prin: întocmirea fișei de observație asupra unui proces economic care se desfășoară în firma parteneră (firma-mamă), stabilirea pentru firma de exercițiu a viziunii, misiunii, strategiilor, măsurilor (activităților), identificarea valorilor personale dezvoltate prin firma de exercițiu, întocmirii unui contract cadru cu o firmă de exercițiu parteneră pe baza acceptului preliminar primit la un târg al firmelor de exercițiu, identificarea „hoților de timp” dintr-o firmă de exercițiu.

Capitolul 4 (*Planul de afaceri*) evidențiază importanța modelului firmei reale parteneră pentru succesul activității din firma de exercițiu. Cooperarea cu o firmă provenită din mediul real de afaceri permite o învățare eficientă, o „modelare” a firmei virtuale pe baza unui model antreprenorial viabil. Elaborarea planului de afaceri al firmei de exercițiu este tratată în acest capitol, aspectele importante fiind ilustrate prin exemple menite să clarifice situații problemă.

Exemplele de bună practică propun modele pentru aprofundarea conținuturilor parcurse de-a lungul capitolului. Pornind de la planul financiar al firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL, se poate realiza modelarea cheltuielilor în funcție de cifra de afaceri și se pot stabili viziunea, obiectivele și strategiile firmei.

Activitățile practice din cadrul acestui capitol urmăresc aplicații care au în vedere: modelarea firmei de exercițiu pe baza indicatorilor financiari și măsurarea obiectivelor pentru firma de exercițiu.

Capitolul 5 (*Departamentul de marketing și procesele aferente*) cuprinde atribuțiile departamentului marketing, descrierea proceselor aferente, politica de produse și prețuri, posibilitățile de distribuție, rolul materialelor publicitare și a paginii web, tehnici de negociere și elaborarea magazinelor virtuale.

Exemplele de bună practică punctează atribuțiile specifice departamentului de marketing din cadrul FE KULTUR BIO SRL, planul operațional de participare la un târg, planul de adoptare al strategiei de produs și preț, contractul cadru, design-ul corporativ pentru FE KULTUR BIO SRL, crearea unui web site și a unui magazin virtual al firmei de exercițiu.

Activitățile practice din cadrul acestui capitol urmăresc exersarea de către elevi a unor acțiuni importante în firma de exercițiu: pregătirea activităților din cadrul departamentului de marketing al FE KULTUR BIO SRL, identificarea concurenților, identificarea strategiilor de produs adecvate ofertei firmei de exercițiu, realizarea actului contractului cu clienții firmei de exercițiu, realizarea strategiei de promovare a firmei de exercițiu pe piața virtuală a firmelor de exercițiu.

Capitolul 6 (*Departamentul comercial și procesele aferente*) abordează specificul departamentului comercial, cu atribuțiile corespunzătoare, descrierea procesului de achiziții și a procesului de desfacere, a documentelor utilizate în procesul de achiziție și vânzare, precum și a procesului de import-export. Activitățile practice propuse oferă posibilitatea exersării noțiunilor teoretice, pe baza exemplelor de bună practică ale firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL. De asemenea, modelele de documente pentru achiziții și vânzări completate vor fi de un real folos atât elevilor, cât și profesorilor coordonatori ai firmelor de exercițiu.

Exemplele de bună practică oferă modele de la FE KULTUR BIO SRL ale fluxurilor informaționale privind achizițiile între firmele de exercițiu și banca ROCT, fluxurile informaționale privind achizițiile pentru personal, utilizarea registrelor pentru evidența tranzacțiilor, întocmirea ordinului de cumpărare valută și a dispoziției de plată externă.

Activitățile practice propun acțiuni necesare aprofundării noțiunilor din cadrul acestui capitol: întocmirea listei furnizorilor, întocmirea centralizatorului achizițiilor, întocmirea listei clienților și a centralizatorului vânzărilor, compararea a două oferte, fluxurile informaționale – achiziții pentru personal, organizarea documentelor în departamentul comercial pentru achiziții și vânzări și întocmirea registrelor comerciale (Registrul-achiziții și Registrul-vânzări).

Capitolul 7 (*Departamentul resurse umane și procesele aferente*) tratează managementul de personal într-o manieră accesibilă și interesantă. Sunt prezentate: atribuțiile departamentului resurse umane, salarizarea personalului, rotația posturilor în firma de exercițiu (ca premisă a familiarizării elevilor cu diverse posturi din firmă), documentele utilizate în cadrul departamentului, circuitul și arhivarea acestora.

Exemplele de bună practică oferite în acest capitol sunt foarte utile pentru orele de firmă de exercițiu: fișa postului Managerului Resurse Umane de la FE KULTUR BIO SRL; foaia colectivă de prezență, statul de plată; planul de rotație a posturilor; procesul-verbal de predare, fișa de pregătire a personalului pentru departamentul Resurse Umane.

Activitățile practice (întocmirea fișelor de post pentru angajații FE KULTUR BIO SRL, realizarea procesului-verbal de rotație a posturilor).

Capitolul 8 (*Departamentul secretariat și procesele aferente*) punctează importanța secretariatului în activitatea din firma de exercițiu. După aceeași structură cu a celorlalte departamente, acest capitol are în vedere: atribuțiile departamentului, comunicarea în firma de exercițiu, managementul informației și al comunicării, documentele specifice departamentului, circuitul și arhivarea lor.

Exemplele de bună practică oferă modele de formulare realizate de secretariatul FE KULTUR BIO SRL: agendă electronică, registru corespondență intrări/ieșiri, foaie personalizată a firmei de exercițiu. De asemenea, unul dintre exemple vizează arhivarea în firma de exercițiu, un proces important pentru managementul informației.

Activitățile practice urmăresc familiarizarea elevilor cu specificul departamentului secretariat: optimizarea activității de secretariat, elaborarea agendei electronice cu adrese ale firmelor de exercițiu și ale altor parteneri din mediul extern, arhivarea electronică a corespondenței primite, realizarea tabelor pentru organizarea păstrării documentelor în firma de exercițiu pentru documente pe suport de hârtie și documente electronice.

Capitolul 9 (*Departamentul contabilitate și procesele aferente*) subliniază importanța măsurării, evaluării și controlului activității economice și a rezultatelor obținute de către firma de exercițiu. Angajații din departamentul contabilitate trebuie să își cunoască foarte clar atribuțiile, documentele utilizate în cadrul departamentului, circuitul și arhivarea acestora. Este de dorit să se poată utiliza un soft de contabilitate de către firma de exercițiu.

Exemplele de bună practică oferă modele importante din cadrul departamentului contabilitate al firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL: Regularizarea TVA-ului, descrierea softului contabil utilizat, registre contabile (Registrul jurnal, Fișa cartea mare șah, Cartea mare centralizatoare, Registrul inventar, Nota de contabilitate).

Activitățile practice propun activități de aprofundare a noțiunilor din acest capitol: înregistrarea în evidența cronologică a operațiilor privind salariile în valoare de 20 000 lei la finele lunii, configurarea firmei de exercițiu, înregistrarea unei facturi de achiziție de obiecte de inventar și plata acesteia, înregistrarea salariilor pentru o lună de activitate, operații de închidere lună, înregistrarea în contabilitate a facturii fiscale.

Capitolul 10 (*Încheierea activității în firma de exercițiu și procesul de predare-primire*) tratează procesul de încheiere a activității din firma de exercițiu și modalitățile de încheiere și procesul de predare-primire.

Exemplele de bună practică oferă modele privind încheierea activității firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL în funcție de situația existentă și predarea în cadru festiv.

Activitățile practice facilitează aprofundarea activității de predare-primire în cadrul firmei de exercițiu, după încheierea activității.

Capitolul 11 (*Evenimente speciale în firma de exercițiu*) prezintă importanța participării firmelor de exercițiu la evenimente speciale, cum ar fi târgurile. Cunoașterea specificului unui târg, a criteriilor de evaluare, a pașilor care trebuie parcurși pentru pregătirea unui târg al firmelor de exercițiu sunt aspecte pe care elevii trebuie să le cunoască fie că participă ca expozant, fie ca vizitator. Stăpânirea de către participanți a mecanismelor de inițializare a unei afaceri, de realizare și finalizare a tranzacțiilor asigură succesul participării la târguri.

Exemplele de bună practică din cadrul acestui capitol (selectarea târgurilor firmelor de exercițiu, planul de amenajare a standului firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL la un târg al firmelor de exercițiu, analiza campaniei de lansare a produsului „Sucul natural BIBI”, planul de amenajare a standului firmei de exercițiu KULTUR BIO SRL la un târg al firmelor de exercițiu, planificarea participării la târgul ROTIFE, notițe de târg, cardul vizitatorului, fișa de organizare a evenimentului, model de buget de cheltuieli necesar organizării evenimentelor firmelor de exercițiu) stabilesc coordonatele organizării eficiente și a participării la evenimente speciale.

Activitățile practice din cadrul capitolului propun modalități de abordare a evenimentelor în care firma de exercițiu urmează să se implice: fixarea obiectivelor, pentru participarea la un târg internațional al firmelor de exercițiu, formularea criteriilor de selecție a târgurilor, cercetarea importanței participării la târguri ale firmelor de exercițiu, realizarea unei campanii publicitare pe baza unui spot publicitar, realizarea unui catalog pentru firma de exercițiu pentru participarea la târgul internațional ROTIFE, planificarea participării la un târg național, realizarea proiectului participării la un târg al firmelor de exercițiu, realizarea chestionarelor de evaluare a activității participanților la târg în calitate de vizitatori, planificarea organizării unui târg al firmelor de exercițiu, stabilirea bugetului de cheltuieli în vederea participării la târguri ale firmelor de exercițiu.

Capitolul 12 (*Competiția „Business Plan”*) aduce în discuție competiția Business Plan ca eveniment special, la care participă în fiecare an firmele de exercițiu românești. În cadrul capitolului sunt prezentate metodologia competiției, graficul și etapele de desfășurare ale acesteia, grila de evaluare a planului de afaceri.

Exemplul de bună practică propune un model de plan de afaceri, ca punct de plecare pentru realizarea planului de afaceri al fiecărei firme de exercițiu.

Activitatea practică propusă de autori este realizarea unei prezentări PowerPoint pentru susținerea planului de afaceri.

Capitolul 13 (*Managementul calității în firma de exercițiu*) propune evaluarea performanțelor în firma de exercițiu, ca proces continuu de apreciere a gradului de îndeplinire a sarcinilor de către angajați. Sunt trecute în revistă instrumentele de evaluare și standardele de calitate care trebuie îndeplinite de către firmele de exercițiu.

Instrumentul cel mai important al calității pentru firmele de exercițiu este Evaluarea „Marca de Calitate”, evaluare organizată anual pentru firmele de exercițiu din rețeaua națională și care se finalizează cu obținerea de către acestea a certificatelor Marca de Calitate nivel de bază și nivel avansat. Sunt prezentate, în acest capitol, metodologia de evaluare și criteriile care stau la baza evaluării.

Exemplele de bună practică vizează transferul de experiență de la FE KULTUR BIO SRL în ceea ce privește criteriile pentru evaluarea „Marca de Calitate”.

Activitățile practice permit realizarea de către elevi a unei prezentări PowerPoint pentru susținerea planului de afaceri, evaluarea activității unui angajat din cadrul firmei de exercițiu, evaluarea dosarului pentru obținerea certificatului „Marca de Calitate”.

Capitolul 14 (*Instrumente specifice Tehnologiei informațiilor și Comunicațiilor utilizate în firma de exercițiu*) facilitează procesul de interdisciplinaritate, formarea și dezvoltarea competențelor digitale de creare și procesare corectă și profesională a tuturor documentelor utilizate în firma de exercițiu.

Colaborarea inter- și transdisciplinară cu profesorul de Tehnologia informației și comunicațiilor trebuie încă din faza de realizare a planificărilor anuale și semestriale pentru fiecare dintre clasele IX-XII, cu scopul dezvoltării eficiente la elevi a competențelor digitale, de realizare corectă și profesională a documentelor necesare în firma de exercițiu.

Exemple de bună practică arată felul în care firma de exercițiu KULTUR BIO SRL și-a conceput materialele publicitare cu ajutorul unui soft specializat, și-a editat foile personalizate ale firmei de exercițiu, și-a creat site-ul unei firme de exercițiu.

Activitățile practice oferă posibilitatea aprofundării celor prezentate în acest capitol printr-o activitate de realizare a materialelor promoționale cu ajutorul aplicațiilor informatice.

Capitolul se încheie cu o secțiune *Instrumente și metode didactice utilizate în firma de exercițiu*, secțiune care prezintă fișele de documentare pentru metodele „Roata cuvintelor”, „Metoda incidentelor critice”, „Metoda ABCDE (Tracey)”, „Metoda Covey”, „Tehnica 6/3/5), „Tehnica punerii întrebărilor”, Brainstorming.

