



Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova

Colegiul Național de Comerț al ASEM



Aprob:

Directorul Colegiului Național de Comerț al ASEM,

Budurin- Furculiță C.

28 octombrie 2022



Curriculum disciplinar

Unitatea de curs: **F.01.O.010 Fundamentele merceologiei**

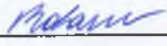
Programul de formare profesională tehnică: **41620 Comerț**

Calificarea: **332401 Agent comercial**

Numărul de credite – **2**

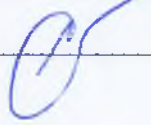
Aprobat:

La ședința **Consiliului metodic – științific** al Colegiului Național de Comerț al ASEM
proces – verbal nr. 02 din 26 octombrie 2022,

Director adjunct pentru instruire și educație  Rotaru Irina

La ședința catedrei „**Comerț, Merceologie, Tehnologie**”

proces verbal nr. 02 din 02 septembrie 2022

Șef catedră  Nicolai Svetlana

Autor:

Sadovici Oxana, grad didactic întâi

Recenzenți:

S.R.L. „Moldretail Group”, director resurse umane

Senatov Mirela

S.R.L. „DUCA CLOTHING”, director

Duca ION

Cuprinsul

I. Preliminarii.....	4
II. Motivația, utilitatea modulului pentru dezvoltarea profesională.....	4
III. Competențele profesionale specifice modulului.....	5
IV. Administrarea modulului.....	5
V. Unitățile de învățare.....	6
VI. Repartizarea orientativă a orelor pe unități de învățare.....	7
VII. Studiul individual ghidat de profesor.....	7
VIII. Lucrările practice recomandate.....	8
IX. Sugestiile metodologice.....	8
X. Sugestiile de evaluare a competențelor profesionale.....	11
XI. Resursele necesare pentru desfășurarea procesului de studii.....	15
XII. Resursele didactice recomandate elevilor.....	16

I. Preliminarii

Curriculumul disciplinar la unitatea de curs F.01.O.010 Fundamentele merceologiei este un document normativ și obligatoriu pentru realizarea procesului de pregătire a agenților comerciali în învățământul profesional tehnic postsecundar și postsecundar nonterțiar.

Scopul studierii acestei unități de curs constă în formarea și dezvoltarea competențelor de a aprecia, estima și analiza, dirija și menține calitatea mărfurilor, de a aprecia și analiza, forma, optimiza și dirija sortimentul lor, de a dezvolta capacitățile elevilor, de a avea și argumenta atitudinea privind tratarea conceptelor de merceologie, calitate și sortiment în raport cu noile cerințe globale, tehnologice, economice și sociale cu care se confruntă producătorul și vânzătorul. Formarea deprinderilor profesionale constituie obiectivul dominant al fiecărei ore, realizarea căruia se va asigura printr-un proces educativ continuu, care începe în colegiu și va continua pe parcursul vieții fiecărui elev.

II. Motivația, utilitatea unității de curs pentru dezvoltarea profesională

Activitatea comercială se axează pe ideea de a satisface nevoile cumpărătorului cu ajutorul produsului și a întregului lanț de activități comerciale asociate creării, furnizării și consumului acestuia. Realizarea acestui concept este posibilă numai în corelare cu asigurarea și verificarea calității produselor, formarea sortimentului de mărfuri care trebuie să corespundă cerințelor moderne.

Studierea unității de curs va contribui la formarea și dezvoltarea de competențe profesionale ce corespund nivelului patru de calificare:

- cunoștințe faptice, principii, procese și concepte generale din domeniul merceologiei;
- abilități cognitive și practice necesare pentru recepționarea produselor;
- verificarea calității, organizarea comerțului și depozitării acestor produse;
- asumarea responsabilității pentru asigurarea calității produselor.

Unitatea de curs F.01.O.010 Fundamentele merceologiei se centrează pe dezvoltarea abilităților profesionale necesare specialiștilor ce activează în comerț, oferind o bază solidă de cunoștințe și aptitudini din domeniul produselor alimentare și nealimentare. Ea familiarizează viitorii specialiști cu toate noțiunile, sortimentul, caracteristicile de calitate și modul de verificare a calității acestora. La studierea unității de curs elevii dobândesc cunoștințe teoretice și practice necesare activității lor curente și contribuie la formarea profesională.

Competențele formate și dezvoltate în cadrul unității de curs vor fi necesare pentru activitatea practică la întreprinderile de producere și de comerț.

III. Competențele profesionale specifice unității de curs

În cadrul unității de curs vor fi formate și dezvoltate următoarele competențe profesionale specifice:

Nr.	Competențele specifice unității de curs	Unitățile de competență
1.	CS.1 Explicarea noțiunilor de bază a unității de curs Fundamentele merceologiei	UC.1.1 Argumentarea importanței merceologiei în activitatea comercială UC.1.2 Stabilirea conexiunilor merceologiei cu alte unități de curs UC.1.3 Clasificarea metodelor de cercetare utilizate în merceologie
2.	CS.2 Expunerea indicatorilor de calitate a produselor și serviciilor	UC.2.1 Formularea unei concepții proprii cu privire la calitate UC.2.2 Recunoașterea caracteristicilor de calitate a mărfurilor UC.2.3 Reprezentarea grafică a factoriilor ce determină calitatea și caracteristicile de calitate a mărfurilor
3.	CS.3 Caracterizarea proprietăților produselor: psihosenzoriale, fizice generale, fizice speciale, chimice, microbiologice, tehnologice	UC.3.1 Identificarea factorilor care influențează proprietățile mărfurilor UC.3.2 Clasificarea proprietăților mărfurilor UC.3.3 Explicarea proprietăților fizice, chimice, tehnologice, microbiologice, psihosenzoriale
4.	CS.4 Clasificarea produselor alimentare și nealimentare	UC.4.1 Identificarea criteriilor de clasificare a produselor
5.	CS.5 Argumentarea conținuturilor etichetei, mărcii și codului cu bare	UC.5.1 Definirea termenilor de marcă și etichetă UC.5.2 Stabilirea criteriilor de clasificare a mărcilor UC.5.3 Argumentarea conținuturilor etichetelor UC.5.4 Definirea termenilor de cod, codificare, cod cu bare UC.5.5 Analiza structurii codurilor
6.	CS.6 Caracterizarea ambalajelor, inclusiv materialele utilizate la producerea ambalajelor	UC.6.1 Distingerea funcțiilor ambalajelor UC.6.2 Clasificarea ambalajelor UC.6.3 Identificarea tipurilor de materiale utilizate pentru fabricarea ambalajelor

IV. Administrarea unității de curs

Codul unității de curs	Denumirea unității de curs	Semestrul	Numărul de ore				Modalitatea de evaluare	Numărul de credite
			Total	Contact direct		Studiul individual		
				Teorie	Practică			
F.01.O.010	Fundamentele merceologiei	I	60	20	10	30	Examen	2

V. Unitățile de învățare

Unitățile de competență	Unitățile de conținut
1. Obiectul de studiu și evoluția merceologiei	
UC.1.1 Argumentarea importanței merceologiei în activitatea comercială	1.1 Obiectivele disciplinei și evoluția merceologiei ca știință
UC.1.2 Stabilirea conexiunilor merceologiei cu alte unități de curs	1.2 Importanța merceologiei în activitatea comercială
UC.1.3 Clasificarea metodelor de cercetare utilizate în merceologie	1.3 Conexiuni ale merceologiei cu alte discipline, domeniul de studiu al merceologiei
	1.4 Metode de cercetare utilizate în merceologie
2. Calitatea produselor și serviciilor	
UC.2.1 Formularea unei concepții proprii cu privire la calitate	2.1 Noțiuni de bază privind calitatea
UC.2.2 Recunoașterea caracteristicilor de calitate a mărfurilor	2.2 Evoluția și orientările în calitate
UC.2.3 Reprezentarea grafică a factoriilor ce determină calitatea și caracteristicile de calitate a mărfurilor	2.3 Caracteristicile calității produselor și serviciilor
	2.4 Factorii ce determină și influențează calitatea
3. Proprietățile mărfurilor	
UC.3.1 Identificarea factorilor ce influențează proprietățile mărfurilor	3.1 Factorii ce influențează proprietățile mărfurilor
UC.3.2 Clasificarea proprietăților mărfurilor	3.2 Proprietățile psihosenzoriale ale mărfurilor
UC.3.3 Explicarea proprietăților fizice, chimice, tehnologice, microbiologice, psihosenzoriale	3.3 Proprietățile fizice ale mărfurilor
	3.4 Proprietățile chimice, microbiologice
4. Clasificarea, sortimentul și codificarea mărfurilor	
UC.4.1 Identificarea criteriilor de clasificare a produselor	4.1 Noțiuni generale de sortiment
UC.5.4 Definirea termenilor de cod, codificare, cod cu bare	4.2 Sisteme de clasificare și codificare a mărfurilor
UC.5.5 Analiza structurii codurilor	4.3 Principalele tipuri de clasificări și codificări
	4.4 Definirea și structura generală a codului cu bare
	4.5 Avantajele utilizării codului EAN pentru producători, comercianți și consumatori
5. Marcarea și etichetarea mărfurilor	
UC.5.1 Definirea termenilor de marcă și etichetă	5.1 Evoluția utilizării mărcilor
UC.5.2 Stabilirea criteriilor de clasificare a mărcilor	5.2 Funcțiile mărcilor
UC.5.3 Argumentarea conținuturilor etichetelor	5.3 Clasificarea mărcilor
	5.4 Cerințe de bază privind etichetarea produselor alimentare și nealimentare
6. Ambalarea mărfurilor	
UC.6.1 Distingerea funcțiilor ambalajelor	6.1 Funcțiile ambalajelor
UC.6.2 Clasificarea ambalajelor	6.2 Clasificarea ambalajelor
UC.6.3 Identificarea tipurilor de materiale utilizate pentru fabricarea ambalajelor	6.3 Tipuri de materiale utilizate pentru fabricarea ambalajelor

VI. Repartizarea orientativă a orelor pe unitățile de învățare

Nr.	Unitățile de învățare	Numărul de ore			
		Total	Contact direct		Studiul individual
			Teorie	Practică	
1.	Obiectul de studiu și evoluția merceologiei	2	2	-	-
2.	Calitatea produselor și serviciilor	12	4	2	6
3.	Proprietățile mărfurilor	14	4	2	8
4.	Clasificarea, sortimentul și codificarea mărfurilor	12	4	2	6
5.	Marcarea și etichetarea mărfurilor	12	4	2	6
6.	Ambalarea mărfurilor	8	2	2	4
	Total	60	20	10	30

VII. Studiul individual ghidat de profesor

Materiile pentru studiul individual	Produsele de elaborat	Modalitățile de evaluare	Termenii de realizare
1. Calitatea produselor și serviciilor			
1.1 Descrierea caracteristicilor de calitate a 10 mărfuri	Proiectul individual	Prezentarea studiului	Săptămâna 2
2. Proprietățile mărfurilor			
2.1 Reprezentarea în tabel a proprietăților psihosenzoriale a mărfurilor nealimentare cu exemple	Proiectul individual	Prezentarea studiului	Săptămâna 3
2.2 Prezentarea în tabel a proprietăților psihosenzoriale a mărfurilor alimentare	Proiectul individual	Prezentarea studiului	Săptămâna 4
2.3 Prezentarea în tabel a proprietăților fizice și chimice a mărfurilor	Proiectul individual	Prezentarea studiului	Săptămâna 5
3. Clasificarea, sortimentul și codificarea mărfurilor			
3.1 Analiza codurilor cu bare a mărfurilor din etichete	Proiect PPT	Prezentarea studiului	Săptămâna 6
3.2 Identificarea grupelor de mărfuri în rețelele de magazine „Linella”	Studiul de caz	Prezentarea studiului	Săptămâna 7
4. Marcarea și etichetarea mărfurilor			
4.1 Prezentarea etichetelor pentru produse alimentare	Proiectul individual	Prezentarea studiului	Săptămâna 8
4.2 Proiectarea etichetelor de mărfuri textile, încălțăminte, produse chimice de menaj	Proiectul individual	Prezentarea studiului	Săptămâna 9

Materiile pentru studiul individual	Produsele de elaborat	Modalitățile de evaluare	Termenii de realizare
5. Ambalarea mărfurilor			
5.1. Prezentarea grafică a simbolurilor de marcă a ambalajelor de transport	Studiul de caz	Prezentarea studiului	Săptămâna 10

VIII. Lucrările practice recomandate

Nr.	Unitățile de învățare	Lucrările practice	Ore
1.	Calitatea produselor și serviciilor	1.1. Analiza indicilor de calitate a produselor și serviciilor	2
2.	Proprietățile mărfurilor	2.1. Determinarea proprietăților mărfurilor	2
3.	Clasificarea, sortimentul și codificarea mărfurilor	3.1. Verificarea veridicității codurilor cu bare	2
4.	Marcarea și etichetarea mărfurilor	4.1. Studiarea etichetării și marcării mărfurilor	2
5.	Ambalarea mărfurilor	5.1. Analiza ambalajului mărfurilor alimentare și nealimentare	2
	Total		10

IX. Sugestiile metodologice

Specificul demersului educațional. Pentru desfășurarea activității de comerț în condițiile moderne, firmele trebuie să asigure un grad sporit de competitivitate, care presupune, formarea în cadrul întreprinderilor comerciale a unui sortiment de mărfuri adecvat, cu produse de calitate care ar satisface nevoile consumatorilor.

Merceologia este un domeniu de cercetare distinct, bine individualizat, având propriile sale noțiuni, principii, tehnici, metode și mijloace orientate în mod unitar spre cercetarea complexă a mărfurilor. Ea este preocupată de studierea sortimentului de produse, a materiei prime și acceptarea produselor de calitate în tehnologiile de producție.

1. *Abordarea disciplinară a unității de curs F.01.O.010 Fundamentele merceologiei* oferă posibilitatea parcurgerii treptate a conținuturilor ocupaționale, de la simplu la complex, în vederea obținerii unei calificări comerciale la finele fiecărei etape de instruire. Formarea pe module asigură mobilitate și sporește șansele de avansare profesională pe piața muncii. Caracterul disciplinar a unității de curs F.01.O.010 Fundamentele merceologiei asigură receptivitate la schimbările de pe piața muncii și flexibilitate în structurarea ofertelor de instruire pentru diverse categorii de beneficiari.

Formarea deprinderilor constituie obiectivul dominant al fiecărei ore, realizarea căruia se va asigura printr-un proces educativ continuu, care începe în colegiu și va continua pe parcursul vieții

fiecărui elev. Elaborarea curriculumului disciplinar a unității de curs F.01.O.010 Fundamentele merceologiei permite predarea eșalonată a conținuturilor, prin urmărirea predării anumitor teme.

Predarea elementelor de conținut va fi axată pe rezolvarea unor sarcini concrete legate de următoarele activități :

- sinteză
- evaluare
- activități practice

Elevul va dobândi cunoștințe, pornind de la necesitatea realizării unei sarcini concrete. Se vor îmbina judicios cunoștințele teoretice cu cele practice. Deoarece nivelul de calificare îi solicită absolventului competențe concrete, un rol aparte au abilitățile, iar exersarea în ateliere de lucru rămâne modalitatea cea mai eficientă de învățare. În cadrul abordării disciplinare se creează condiții prielnice de axare a procesului de formare profesională pe cel ce învață.

2. *Orientarea spre finalități de învățare* orientează procesul didactic de instruire către rezultate scontate, ce reflectă ceea ce se așteaptă de la un elev să cunoască, să înțeleagă și să fie capabil să execute la finalizarea programului de pregătire profesională.

3. *Integrarea teoriei cu practica* orientează profesorii să-i pună pe elevi în situația de a utiliza cunoștințele teoretice dobândite în realizarea unor sarcini de învățare cu caracter aplicativ în timpul lecțiilor, în efectuarea unor teme pentru acasă sau în realizarea unor activități practice de stabilire a caracteristicilor de calitate a produselor, analiză a proprietăților mărfurilor, identificarea sortimentului unei întreprinderi în funcție de genul de activitate, verificarea veridicității produsului după codul cu bare, verificarea informației incluse pe etichetă asigurând dobândirea competențelor profesionale specifice specialității.

4. *Centrarea pe cerințele pieței muncii* are ca scop racordarea ofertei instituției de învățământ atât la necesitățile și așteptările angajatorilor, cât și la specificul noilor tehnologii comerciale, ce contribuie la integrarea eficientă a absolvenților în câmpul muncii și la creșterea numărului de agenți comerciali calificați în domeniul comerțului.

5. *Centrarea pe elev*, se referă la adoptarea unui demers de învățare activă prin realizarea unor activități individuale sau în grup, în care elevul acționează independent, ia decizii și își asumă responsabilitate pentru propriile acțiuni.

6. *Perspectiva integrării profesionale* presupune utilizarea în calitate de metode de instruire a studiilor de caz, proiectelor, lucrărilor practice, și, în special, îndeplinirea unor sarcini concrete de lucru. Accentul se va pune pe stimularea gândirii critice, pe dinamizarea procesului de învățare, pe formarea de competențe profesionale specifice agentului comercial, ce vor asigura absolvenților șanse sporite de angajare în câmpul muncii și oportunități de realizare profesională.

Orientarea strategiilor didactice spre formarea de competențe necesare elevului. În procesul de instruire orientat spre formarea competențelor profesionale la unitatea de curs F.01.O.010 Fundamentele merceologiei, vor fi aplicate metodele de predare-învățare ce asigură dezvoltarea și consolidarea celor trei componente ale competențelor: cunoștințe, abilități și atitudini.

Componenta **cunoștințe** reprezintă înțelegerea teoretică sau practică a unor cunoștințe din domeniul comerțului pentru a face față cerințelor unui loc de muncă, care să-l ajute pe viitorul specialist la angajarea în câmpul muncii.

Componenta **abilități** va dezvolta capacități de exersare pentru a îndeplini sarcini specifice locului de muncă în cadrul activității comerciale. Capacitatea de a comunica și comercializa poate fi o abilitate atâta timp cât reușește un agent comercial să își conducă echipa sau să convingă clienții să cumpere un produs. În acest caz, cele mai recomandate strategii au un caracter aplicativ și formează la elevi abilități **acțional - practice**.

Componenta **atitudini** orientează elevii spre succes, deschidere spre a învăța, cooperare, responsabilitate, leadership, orientare spre munca în echipă. În acest scop, se vor aplica strategii care formează la elevi valori și atitudini personale: studiul de caz, interviul, jocul de rol, dezbateră, asaltul de idei etc.

Strategiile, metodele și tehnicile utilizate în procesul de formare a competențelor se vor realiza în cadrul unor forme de organizare a acțiunii didactice, cum ar fi: *activități frontale, activități în grup și activități individuale*.

Aceste forme de activitate prezintă anumite valențe formative: activitatea în grup contribuie la formarea competenței de comunicare, dezvoltând și abilități de parteneriat, de cooperare, colaborare, luare de decizii etc., iar activitatea individuală dezvoltă abilități de acțiune independentă, autoinstruire, responsabilitate etc.

Utilizarea pe scară largă a metodelor activ-interactive de instruire va forma competențe necesare aplicării mai multor metode, procedee, acțiuni și operații, care se structurează, în funcție de o serie de factori, într-un grup de activități. Procesul didactic se va baza pe activitățile de învățare/predare cu un caracter activ, interactiv și centrat pe elev, cu pondere sporită a activităților de învățare și nu a celor de predare, pe activitățile practice și mai puțin pe cele teoretice, pe activitățile care asigură formarea și dezvoltarea abilităților sociale.

În scopul învățării centrate pe elev, cadrele didactice vor adapta strategiile de predare la stilurile de învățare ale elevilor (auditiv, vizual, practic) și vor diferenția sarcinile și timpul alocat efectuării lor prin:

- individualizarea și creșterea treptată a nivelului de complexitate a sarcinilor propuse fiecărui elev în funcție de progresul acestuia;
- stabilirea unor sarcini deschise, pe care elevii să le abordeze la niveluri diferite de complexitate;

- diferențierea sarcinilor în funcție de abilități, pentru indivizi sau pentru grupuri diferite;
- prezentarea sarcinilor în mai multe moduri (explicație orală, text scris, conversație, grafic);
- utilizarea unor metode active-interactive (învățare prin descoperire, învățare problematizată, învățare prin cooperare, joc de rol, simulare).

X. Sugestiile de evaluare a competențelor profesionale

Într-o piață concurențială a muncii, instituția de învățământ are obligația să-l ajute pe fiecare dintre elevii săi să-și formeze o imagine corectă despre sine și să-și stabilească scopuri în viață în raport cu posibilitățile lui reale. În aceste condiții, evaluarea se face pe parcursul activităților de predare/învățare pentru a cunoaște care este stadiul formării profesionale și la ce nivel se situează ea, în raport cu obiectivele proiectate și cu așteptările.

Produsele recomandate pentru măsurarea competențelor cognitive

Nr.	Unitățile de învățare	Produsele recomandate pentru măsurarea competențelor
1.	Obiectul de studiu și evoluția merceologiei	Harta noțională, brainstorming-ul, investigarea, lucrarea practică, simularea, jocul didactic, creativitatea
2.	Calitatea produselor și serviciilor	Harta conceptuală, brainstorming-ul, lucrare practică, simularea, jocul didactic, demonstrarea, exersarea
3.	Proprietățile mărfurilor	Harta conceptuală, problematizarea, studiul de caz, creativitatea, lucrarea practică
4.	Clasificarea, sortimentul și codificarea mărfurilor	Harta noțională, argumentarea orală, referat, investigația, demonstrația, exersarea, lucrare practică
5.	Marcarea și etichetarea mărfurilor	Harta noțională, brainstorming-ul, investigarea, lucrarea practică, simularea, jocul didactic, creativitatea
6.	Ambalarea mărfurilor	Harta conceptuală, problematizarea, studiul de caz, creativitatea, lucrarea practică

Produsele recomandate pentru evaluarea nivelului de dezvoltare a competențelor cognitive

Nr.	Produsele pentru măsurarea competențelor	Criteriile de evaluare a produselor
1.	Harta noțională	• Punerea în evidență a subiectului general • Elaborarea corectă a tabeli (schemei), de la noțiunile de bază spre cele specifice domeniului • Organizarea corectă a informației despre subiectul solicitat • Corectitudinea logică a formulărilor • Corectitudinea lingvistică a formulărilor • Originalitatea expunerii noțiunilor subiectului propus
2.	Demonstrarea	• Corectitudinea ipotezei • Corectitudinea concluziei • Corectitudinea metodei de demonstrație • Originalitatea metodei de demonstrație • Corectitudinea raționamentelor • Calitatea prezentării textuale și grafice

3.	Problematizarea	• Înțelegerea problemei • Documentarea în vederea identificării informațiilor necesare în rezolvarea problemei • Formularea și testarea ipotezelor • Stabilirea strategiei rezolutive • Prezentarea și interpretarea rezultatelor
4.	Argumentarea orală	• Corespunderea formulărilor temei • Selectarea și structurarea logică a argumentelor în corespundere • Produse pentru măsurarea competenței • Criterii de evaluare a produselor cu tezele puse în discuție • Apelarea la propria experiență în argumentarea tezelor puse în discuție • Utilizarea unui limbaj adecvat și bogat, respectarea normelor literare • Utilizarea corectă și adecvată a mijloacelor orale de exprimare (intonația, gesturile, vocabularul etc.)
5.	Proiectul	• Validitatea proiectului - gradul în care acesta acoperă unitar și coerent, logic și argumentat tema propusă • Completitudinea proiectului - felul în care au fost evidențiate conexiunile și perspectivele interdisciplinare ale temei, competențele și abilitățile de ordin teoretic și practic și maniera în care acestea servesc conținutului științific • Elaborarea și structura proiectului - acuratețea, rigoarea și coerența demersului științific, logica și argumentarea ideilor, corectitudinea concluziilor • Calitatea materialului folosit în realizarea proiectului, bogăția și varietatea surselor de informare, relevanța și actualitatea acestora, semnificația datelor colectate ș.a. • Creativitatea - gradul de noutate pe care-l aduce proiectul în abordarea temei sau în soluționarea problemei
6.	Rezumatul oral	• Expune tematica lucrării în cauză • Utilizează formulări proprii, fără a distorsiona mesajul lucrării supuse rezumării • Expunerea orală este concisă și structurată logic • Folosește un limbaj bogat, adecvat tematicii lucrării în cauză • Respectarea coeficientului de reducere a textului: 1/3 din textul inițial
7.	Studiul de caz	• Corectitudinea interpretării studiului de caz propus • Calitatea soluțiilor, ipotezelor propuse, argumentarea acestora • Corespunderea soluțiilor, ipotezelor propuse pentru rezolvarea adecvată a cazului analizat • Corectitudinea lingvistică a formulărilor • Utilizarea adecvată a terminologiei în cauză • Rezolvarea corectă a problemei, asociate studiului analizat de caz • Punerea în evidență a subiectului, problematicii și formularea • Logica sumarului • Referința la programe • Completitudinea informației și coerența între subiect și documentele studiate • Exactitudinea rezultatelor și rigoarea probelor

		• Capacitatea de analiză și de sinteză a documentelor, adaptarea conținutului • Originalitatea studiului, a formulării și a realizării • Personalizarea (să nu fie lucruri copiate) • Aprecierea critică, judecată personală a elevului • Corectitudinea interpretării studiului de caz propus • Calitatea soluțiilor, ipotezelor propuse, argumentarea acestora • Corespunderea soluțiilor, ipotezelor propuse pentru rezolvarea adecvată a cazului analizat • Rezolvarea corectă a problemei, asociate studiului analizat de caz
8.	Investigarea	• Definirea și înțelegerea problemei investigate • Folosirea diverselor procedee pentru obținerea datelor necesare • Colectarea și organizarea datelor obținute • Formularea și verificarea ipotezei cu privire la problema luată în studiu • Alegerea și descrierea metodelor folosite pentru investigație • Prezentarea metodelor de cercetare/laborator în ordinea în care au fost utilizate • Comentariul comparativ al surselor de documentare • Descrierea observațiilor • Interpretarea personală a rezultatelor cercetării • Realizarea de desene, grafice, diagrame, tabele • Selectarea și oportunitatea surselor bibliografice • Rezumarea celor constatate într-o concluzie exprimată succint și raportată la ipoteza inițială • Modul de prezentare
9.	Brainstorming-ul	• Definirea problemei • Investigarea definiției - problemă • Definirea scopului ca soluție a problemei • Identificarea resurselor și limitelor (constrângerilor) • Identificarea strategiilor care sunt similare sau au legătură unele cu altele • Rezumarea deciziilor de grup
10.	Creativitatea	• Persoanele creative tind să fie independente, nonconformiste în gândire și acțiune, sunt relativ neinfluențate de alții • Capacitatea de a observa ceea ce este neobișnuit și diferit, de a vedea potențiale nerealizate în situații date, de a observa asemănări și analogii în experiențe diferite • Aptitudinea de a lăsa la o parte sistemele ferm structurate și stabilite • Dizolvarea sintezelor existente și de a utiliza elementele și concepțiile în afara contextelor inițiale, pentru a crea noi combinații, noi sisteme de relații • Prezentarea originalității în gândire și idei, vederea lucrurilor în modalități noi • Persoanele creative sunt curioase, entuziaste, optimiste
11.	Simularea didactică	• Experimentarea prin observarea comportamentului „unui model” la modificările unor parametri • Rezultatele simulării pot fi comparate cu cele ale modelului real • Reproducerea realității, printr-o modelare a comportamentului

		sistemului, aparatului, echipamentului care urmează a fi cercetat • Dezvoltarea gândirii creatoare și inovatoare, spiritului competitiv, moralei și a motivației • Dezvoltarea sentimentului responsabilității • Întărirea cunoștințelor și competențelor proprii • Creșterea gradului de înțelegere a subiectului de cercetare • Creșterea gradului de încredere în forțele proprii • Creșterea competențelor de comunicare și de operare cu termeni specifici disciplinei de studiu și specializării • Dezvoltarea personalității
12.	Lucrarea practică	• Ansamblu de acțiuni cu caracter practic și aplicativ, conștient și sistematic executate de elevi în scopul adâncirii înțelegerii și consolidării cunoștințelor dobândite, verificării și corectării lor, precum și al însușirii unor priceperi și deprinderi practice, aplicative.
13.	Exersarea	• Executarea în mod repetat și conștient, a unei acțiuni în vederea automatizării ei • Anunțarea acțiunii care urmează să se transforme în deprindere și a inversei acesteia

Axarea procesului de învățare/predare/evaluare pe competențe presupune efectuarea evaluării pe parcursul întregului proces de instruire structurată în două tipuri de evaluări: **formativă** și **sumativă**.

Activitățile de evaluare la unitatea de curs F.01.O.010 Fundamentele merceologiei vor fi orientate spre motivarea elevilor și obținerea unui feedback continuu, fapt ce va permite corectarea operativă a procesului de învățare, stimularea autoevaluării și a evaluării reciproce, evidențierea succeselor, implementarea evaluării selective sau individuale.

Evaluare formativă va fi realizată pe tot parcursul semestrului, asigurând o periodicitate eficientă procesului de formare profesională, destinată identificării punctelor tari și slabe ale instruirii, determinând o analiză suficient de obiectivă a mecanismelor și cauzelor eșecului sau succesului școlar, prin intermediul testelor, studiului de caz, referatelor, lucrărilor practice și realizării de proiecte din domeniul activității comerciale.

Evaluarea sumativă sau finală va fi realizată la sfârșitul perioadei de instruire (semestru, an academic). Principalul scop al oricărei evaluări sumative este evidențierea efectelor, eficienței, rezultatelor globale ale învățării. Acest tip de evaluare evidențiază nivelul și calitatea pregătirii elevilor prin raportare la finalitățile stabilite pentru formarea profesională. Forma de evaluare conform planului de învățământ la unitatea de curs F.01.O.010 Fundamentele merceologiei este examenul.

Pentru a eficientiza procesele de evaluare, înainte de a demara evaluările propriu-zise, se va aduce la cunoștința elevilor tematica lucrărilor, modul de evaluare (bareme/grile/criterii de notare) și condițiile de realizare a fiecărei evaluări.

Probele de evaluare a competențelor, în baza situațiilor de problemă de la viitoarele locuri de muncă:

- utilizarea metodelor de verificare a calității mărfurilor,
- selectarea caracteristicilor de calitate a mărfurilor în funcție de specificul produsului,
- analiza proprietăților fizice, chimice, microbiologice, psihosenzoriale, economice, ergonomice, ecologice,
- calcularea masei comerciale,
- descrierea sortimentului de marfă,
- stabilirea tipului codului cu bare,
- verificarea după algoritmul stabilit a veridicității mărfii,
- identificarea mărcilor în funcție de clasificare,
- analiza informației de pe eticheta produsului,
- stabilirea materialului, metodei și calității ambalajului.

În calitate de **produse pentru măsurarea competențelor** se vor folosi, după caz:

- documentația normativ tehnică conform specificațiilor propuse,
- produse alimentare și nealimentare,
- etichete, mărci a produselor,
- ambalaje.

Criteriile de evaluare a produselor pentru măsurarea competențelor vor include:

- corespunderea specificațiilor stabilite,
- modalitatea de verificare a calității mărfii,
- respectarea condițiilor de păstrare a mărfurilor,
- cunoașterea documentelor de însoțire a mărfii,
- corectitudinea interacțiunii cu colegii și superiorii,
- corectitudinea interacțiunii cu consumatorii.

XI. Resursele necesare pentru desfășurarea procesului de studii

Cerințele față de sălile de curs: Tablă sau proiector multimedia, calculator, noutbook.

Cerințele față de atelierul de lucru: Câte un loc pentru fiecare elev, dotat cu: fișe de lucru, mostre de produse alimentare și nealimentare, ambalaje, standarde.

XII. Resursele didactice recomandate elevilor

Nr.	Denumirea resurselor	Locul în care poate fi consultată/ accesată/ procurată resursa
1.	Bărbulescu G., Merceologie alimentară – București: ed. Didactică și Pedagogică, 2003	Bibliotecă
2.	Sadovici O., suportul de curs la unitatea de curs „Fundamentele merceologiei”, aprobat la CMS Ș CNC al ASEM din 22 martie 2019	Bibliotecă
3.	Diaconescu I., Fundamentele științei mărfurilor - București: A. S. E., 2008	Bibliotecă
4.	Diaconescu I. Merceologie alimentară – București: Eficient, 1998	Bibliotecă
5.	Dima D. ș.a. Merceologia produselor alimentare. – București: Universitatea D. Cantemir, 1993	Bibliotecă
6.	Olaru Marieta, Fundamentele științei mărfurilor - București: Economica, 2005	Bibliotecă
7.	http://www.biblioteca-digitala.ase	Internet
8.	https://www.legis.md/cautare/rezultate/29071	Internet
9.	http://agepi.gov.md/sites/default/files/brosuri/Cum_se_inreg.marca2017.pdf	Internet