



**Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova**  
**Colegiul Național de Comerț al ASEM**



**Aprob:**

**Directorul Colegiului Național de Comerț al ASEM**



**Budurin- Furculiță C.**

**2023**

**Curriculum disciplinar**

**Unitatea de curs: F.02.O.011 Organizarea și tehnologia comerțului**

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

**Calificarea: 332401 Agent comercial**

**Numărul de credite – 4**

**Aprobat:**

La ședința **Consiliului metodic – științific** al Colegiului Național de Comerț al ASEM,  
proces – verbal nr. 04 din 19 ianuarie 2023,

Director adjunct pentru instruire și educație  Rotaru Irina

La ședința catedrei „**Comerț, Merceologie, Tehnologie**”,  
proces verbal nr. 06 din 10 ianuarie 2023

Șef catedră  Nicolai Svetlana

**Autori:**

**Nicolai Svetlana**, gradul didactic superior, Colegiul Național de Comerț al ASEM

**Sitnicenco Viorica**, gradul didactic doi, Colegiul Cooperatist din Moldova

**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 unității de curs .....           | 5  |
| IV.   | Administrarea unității de curs .....                                 | 6  |
| V.    | Unitățile de învățare.....                                           | 6  |
| VI.   | Repartizarea orientativă a orelor pe unități de învățare.....        | 8  |
| VII.  | Studiul individual ghidat de profesor.....                           | 8  |
| VIII. | Lucrările practice recomandate.....                                  | 9  |
| IX.   | Sugestiile metodologice.....                                         | 10 |
| X.    | Sugestiile de evaluare a competențelor profesionale.....             | 15 |
| XI.   | Resursele necesare pentru desfășurarea procesului de studii.....     | 17 |
| XII.  | Resursele didactice recomandate elevilor.....                        | 17 |

## I. Preliminarii

Într-o lume în continuă schimbare, învățarea devine din ce în ce mai mult o necesitate și o prioritate, este cheia pentru angajabilitate, pentru succesul economic și permite elevilor să participe deplin la viața socială. Corelarea dintre cererea pieței forței de muncă și oferta educațională va avea un impact considerabil asupra dezvoltării economice. Importanța parteneriatului dintre sistemul educațional și piața muncii trebuie să conducă la generarea unei oferte educaționale care să corespundă cantitativ, calitativ și structural cererii de forță de muncă.

Curriculumul disciplinar F.02.O.011 Organizarea și tehnologia comerțului este un document normativ și obligatoriu pentru realizarea procesului de pregătire a viitorului tehnician merceolog în învățământul profesional tehnic postsecundar și postsecundar nonterțiar, axat pe cunoașterea sistemului de activități principale și secundare, desfășurate simultan sau consecutiv într-o unitate comercială, generate de noi exigențe ale comerțului cu privire la aprovizionarea cu mărfuri, recepționarea după cantitate și calitate, amplasarea unității comerciale, imaginea magazinului, organizarea spațiului comercial și formele de vânzare practicate în comerțul modern.

Importanța studierii unității de curs F.02.O.011 Organizarea și tehnologia comerțului constă în:

- administrarea și dezvoltarea portofoliului de clienți și de furnizori autohtoni și străini,
- însușirea procedeelor de organizare a achiziționării, aprovizionării și vânzării mărfurilor,
- efectuarea comenzilor de mărfuri de la furnizori pentru completarea stocurilor,
- prezentarea, promovarea și vânzarea produselor în conformitate cu standardele și politicile comerciale ale companiei,
- pregătirea specialiștilor pentru realizarea în practică a proceselor comerciale.

Procesul de învățământ nu este numai o acțiune de transmitere a cunoștințelor din partea profesorului și de acumulare acestora din partea elevului, dar și un proces social și psihosocial, având ca scop *pregătirea elevului pentru viață*. Din aceste considerente, *scopul studierii acestei discipline* constă în învățarea și pregătirea elevului cât mai mult de idealul „*fiecare persoană la locul ei de muncă să fie un specialist, ba chiar un expert în problematica de care se ocupă*”.

*Unitățile de curs ce în mod obligatoriu trebuie certificate până la demararea procesului de instruire la modulul în cauză:*

F.01.O.010 Fundamentele merceologiei

S.01.L.047 Protecția consumatorilor

## II. Motivația, utilitatea modulului pentru dezvoltarea profesională

În contextul economic actual, caracterizat de concurența acerbă dintre agenții economici de pe piață, în condițiile globalizării și extinderii marilor rețele comerciale, realizarea unui comerț modern și adaptat exigențelor consumatorilor necesită cunoașterea și utilizarea celor mai performante tehnologii comerciale. Punctul de vânzare, inima comerțului cu amănuntul, nu este numai un simplu spațiu, ci și un

creator de valoare, care se adaugă produselor vândute, pentru că el oferă consumatorului un serviciu în plus față de cel asigurat de către producător prin produsul creat. Frecventând o unitate comercială, consumatorul economisește timp, efort, nefiind nevoie să se adreseze fiecărui producător, pentru a-și acoperi cerințele de consum.

*Studierea acestui curs va contribui la formarea și dezvoltarea de competente profesionale, ce corespund nivelului patru de calificare bazate pe:*

- cunoștințe și principii generale din domeniul tehnologiilor comerciale ale unui punct de vânzare, care vor atrage consumatorii, vor face să între în magazin, vor face să cumpere și vor face să revină;
- abilități cognitive și practice necesare pentru aprovizionarea cu mărfuri, recepționarea acestora după cantitate și calitate, evaluarea factorilor de influență a poziției magazinului, crearea unui design memorabil, organizarea interioară a spațiului magazinului și determinarea metodelor și tehnicilor de vânzare, pentru practicarea unui comerț modern și civilizat;
- organizarea rațională a proceselor tehnologice în cadrul unităților comerciale, prin studierea și implementarea tehnologiilor comerciale moderne.

Prin urmare, fiecare unitate comercială, prin ambianța sa proprie, trebuie să transmită un mesaj clientului și să creeze o atmosferă plăcută pentru cumpărător, deoarece aceasta ambianță produce efecte emoționale asupra cumpărătorului și sporește probabilitatea lui de a cumpăra.

Competențele formate și dezvoltate în cadrul acestui modul vor fi necesare pentru studierea unităților de curs orientate spre pregătirea, etalarea, promovarea și comercializarea mărfurilor în comerț. De asemenea, ele vor fi de folos în activitatea profesională a agentului comercial, în special, în activitățile cerute la locul de muncă în cadrul unităților de comerț cu ridicata și cu amănuntul.

### **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 Aplicarea în activitatea comercială a cadrului legislativ-normativ reglatoriu | UC.1.1 Descrierea conținutului actului legislativ normativ<br>UC.1.2 Identificarea termenilor de specialitate<br>UC.1.3 Definirea noțiunilor specifice domeniului de activitate<br>UC.1.4 Selectarea unităților comerciale cu ridicata și cu amănuntul în baza Nomenclatorului – tip<br>UC.1.5 Enumerarea regulilor specifice de desfășurare a comerțului cu amănuntul și cu ridicata |
| 2.  | CS.2 Organizarea activității comerțului cu ridicata și amănuntul                   | UC.2.1 Descrierea etapelor de dezvoltare a comerțului<br>UC.2.2 Determinarea rolului, funcțiilor și conținutului activității de comerț cu ridicata și cu amănuntul<br>UC.2.3 Identificarea canalelor de distribuție<br>UC.2.4 Delimitarea sectoarelor comerțului cu amănuntul                                                                                                         |

|    |                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3. | CS.3 Planificarea și organizarea proceselor tehnologice comerciale specifice locului de muncă | UC.3.1 Identificarea proceselor tehnologice comerciale din cadrul unităților de comerț cu ridicata și cu amănuntul<br>UC.3.2 Determinarea metodelor de aprovizionare a unităților de comerț cu ridicata și cu amănuntul<br>UC.3.3 Reflectarea principiilor și cerințelor de organizare a procesului de aprovizionare<br>UC.3.4 Organizarea procesului de recepționare a mărfurilor conform cantității și calității<br>UC.3.5 Examinarea documentelor necesare recepției mărfurilor |
| 4. | CS.4 Proiectarea atributelor unui punct de vânzare                                            | UC.4.1 Alegerea amplasamentului potențial al unui punct de vânzare în funcție de caracteristicile socio-demografice și economice<br>UC.4.2 Descrierea elementelor designului exterior și interior a suprafeței comerciale<br>UC.4.3 Identificarea metodelor de vânzare de contact și impersonale destinate să atragă clientela<br>UC.4.4 Organizarea spațiului de vânzare<br>UC.4.5 Descrierea sistemelor de amenajare a sălii comerciale                                          |

#### 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.02.O.011             | Organizarea și tehnologia comerțului | II        | 120            | 40             | 20       | 60                 | Examen                  | 4                  |

#### V. Unitățile de învățare

| Unitățile de competență                                                                                                                                                                                                                                                    | Unitățile de conținut                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. Comerțul în economia contemporană</b>                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                     |
| UC.1.2 Identificarea termenilor de specialitate<br>UC.2.1 Descrierea etapelor de dezvoltare a comerțului<br>UC.2.2 Determinarea rolului, funcțiilor și conținutului activității de comerț                                                                                  | 1.1 Aspecte conceptuale privind comerțul<br>1.2 Repere istorice în evoluția comerțului<br>1.3 Rolul și funcțiile comerțului                                         |
| <b>2. Organizarea comerțului cu ridicata și distribuția mărfurilor</b>                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                     |
| UC.1.1 Descrierea conținutului actului legislativ normativ<br>UC.1.3 Definirea noțiunilor specifice domeniului de activitate<br>UC.2.2 Determinarea rolului, funcțiilor și conținutului activității de comerț cu ridicata<br>UC.2.3 Identificarea canalelor de distribuție | 2.1 Rolul, funcțiile și canalele de distribuție a mărfurilor<br>2.2 Conținutul, rolul și funcțiile activității de comerț cu ridicata                                |
| <b>3. Organizarea proceselor comercial-tehnologice în unitățile de comerț cu ridicata</b>                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                     |
| UC.1.2 Identificarea termenilor de specialitate<br>UC.1.3 Definirea noțiunilor specifice domeniului de activitate<br>UC.3.1 Identificarea proceselor tehnologice                                                                                                           | 3.1 Componentele secvențiale ale procesului tehnologic dintr-un depozit angro<br>3.2 Organizarea procesului de recepționare a mărfurilor după cantitate și calitate |

|                                                                                                                                  |                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| comerciale din cadrul unităților de comerț cu ridicata                                                                           | 3.3 Tehnologia stocării, păstrării, pregătirii pentru expediere și livrării mărfurilor de la depozit |
| <b>4. Organizarea comerțului cu amănuntul</b>                                                                                    |                                                                                                      |
| UC.1.1 Descrierea conținutului actului legislativ normativ                                                                       | 4.1 Conceptul, rolul și funcțiile comerțului cu amănuntul                                            |
| UC.1.3 Definirea noțiunilor specifice domeniului de activitate                                                                   | 4.2 Sectorizarea comerțului cu amănuntul                                                             |
| UC.2.4 Delimitarea sectoarelor comerțului cu amănuntul                                                                           | 4.3 Structura formelor de vânzare cu amănuntul                                                       |
| UC.1.4 Selectarea unităților comerciale cu amănuntul în baza Nomenclatorului – tip                                               | 4.4 Clasificarea unităților de comerț cu amănuntul                                                   |
| UC.1.5 Enumerarea regulilor specifice de desfășurare a comerțului cu amănuntul                                                   | 4.5 Reguli specifice de desfășurare a comerțului cu amănuntul                                        |
| <b>5. Amplasarea unităților de comerț cu amănuntul</b>                                                                           |                                                                                                      |
| UC.4.1 Alegerea amplasamentului potențial al unui punct de vânzare în funcție de caracteristicile socio-demografice și economice | 5.1 Importanța și factorii de influență a poziției magazinului                                       |
|                                                                                                                                  | 5.2 Aria de piață și de atracție comercială                                                          |
| <b>6. Designul punctelor de vânzare</b>                                                                                          |                                                                                                      |
| UC.4.2 Descrierea elementelor designului exterior și interior a suprafeței comerciale                                            | 6.1 Designul exterior al magazinelor – imaginea magazinului                                          |
|                                                                                                                                  | 6.2 Designul interior al magazinului                                                                 |
| <b>7. Formele de vânzare</b>                                                                                                     |                                                                                                      |
| UC.4.3 Identificarea metodelor de vânzare de contact și impersonale destinate să atragă clientela                                | 7.1 Clasificarea formelor de vânzare                                                                 |
|                                                                                                                                  | 7.2 Vânzările de contact                                                                             |
|                                                                                                                                  | 7.3 Vânzările impersonale                                                                            |
|                                                                                                                                  | 7.4 Tehnici de vânzare destinate să atragă clientela                                                 |
| <b>8. Organizarea și tehnologia aprovizionării unităților comerciale</b>                                                         |                                                                                                      |
| UC.1.1 Descrierea conținutului actului legislativ normativ                                                                       | 8.1 Noțiune, rol și esența aprovizionării cu mărfuri a unităților comerciale                         |
| UC.3.2 Determinarea metodelor de aprovizionare a unităților de comerț cu ridicata și cu amănuntul                                | 8.2 Principiile și cerințele organizării procesului de aprovizionare                                 |
| UC.3.3 Reflectarea principiilor și cerințelor de organizare a procesului de aprovizionare                                        | 8.3 Formele și metodele de aprovizionare cu mărfuri                                                  |
|                                                                                                                                  | 8.4 Sursele de aprovizionare și elaborarea rutelor, graficelor de aprovizionare                      |
| <b>9. Organizarea proceselor comercial – tehnologice în unitățile de comerț cu amănuntul</b>                                     |                                                                                                      |
| UC.1.1 Descrierea conținutului actului legislativ normativ                                                                       | 9.1 Concept, componente secvențiale ale procesului tehnologic din cadrul unităților comerciale       |
| UC.3.1 Identificarea proceselor tehnologice comerciale din cadrul unităților de comerț cu ridicata și cu amănuntul               | 9.2 Organizarea procesului de recepționare a mărfurilor după cantitate și calitate                   |
| UC.3.4 Organizarea procesului de recepționare a mărfurilor conform cantității și calității                                       | 9.3 Perfectarea documentelor ce atestă cantitatea și calitatea mărfurilor                            |
| UC.3.5 Examinarea documentelor necesare recepției mărfurilor                                                                     | 9.4 Tehnologia păstrării și pregătirii mărfurilor pentru vânzare                                     |
| <b>10. Organizarea spațiului de vânzare</b>                                                                                      |                                                                                                      |
| UC.1.2 Identificarea termenilor de specialitate                                                                                  | 10.1 Definirea, importanța și efectele psihologice ale magazinului                                   |
| UC.4.4 Organizarea spațiului de vânzare                                                                                          | 10.2 Componentele principale ale suprafețelor comerciale                                             |
| UC.4.5 Descrierea sistemelor de amenajare a sălii comerciale                                                                     | 10.3 Forma și mărimea sălii de vânzare                                                               |
|                                                                                                                                  | 10.4 Sisteme de amenajare a raioanelor                                                               |

## VI. Repartizarea orientativă a orelor pe unități de învățare

| Nr. | Unitățile de învățare                                                              | Numărul de ore |                |           |                    |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|-----------|--------------------|
|     |                                                                                    | Total          | Contact direct |           | Studiul individual |
|     |                                                                                    |                | Prelegeri      | Practică  |                    |
| 1.  | Comerțul în economia contemporană                                                  | 12             | 4              | 2         | 6                  |
| 2.  | Organizarea comerțului cu ridicata și distribuția mărfurilor                       | 10             | 4              | -         | 6                  |
| 3.  | Organizarea proceselor comercial-tehnologice în unitățile de comerț cu ridicata    | 12             | 4              | 2         | 6                  |
| 4.  | Organizarea comerțului cu amănuntul                                                | 12             | 4              | 2         | 6                  |
| 5.  | Amplasarea unităților de comerț cu amănuntul                                       | 10             | 4              | -         | 6                  |
| 6.  | Designul punctelor de vânzare                                                      | 12             | 4              | 2         | 6                  |
| 7.  | Formele de vânzare                                                                 | 12             | 4              | 2         | 6                  |
| 8.  | Organizarea și tehnologia aprovizionării unităților comerciale                     | 12             | 4              | 2         | 6                  |
| 9.  | Organizarea proceselor comercial – tehnologice în unitățile de comerț cu amănuntul | 16             | 4              | 6         | 6                  |
| 10. | Organizarea spațiului de vânzare                                                   | 12             | 4              | 2         | 6                  |
|     | <b>Total</b>                                                                       | <b>120</b>     | <b>40</b>      | <b>20</b> | <b>60</b>          |

## VII. Studiul individual ghidat de profesor

| Materiile pentru studiul individual                                                                                                  | Produsele de elaborat                               | Modalitățile de evaluare | Termeni de realizare |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|--------------------------|----------------------|
| <b>1. Comerțul în economia contemporană</b>                                                                                          |                                                     |                          |                      |
| 1.1 Studierea Legii nr. 231 din 23.09.2010 „Cu privire la comerțul interior”                                                         | PPT                                                 | Prezentarea studiului    | 1 Săptămână          |
| <b>2. Organizarea comerțului cu ridicata și distribuția mărfurilor</b>                                                               |                                                     |                          |                      |
| 2.1 Determinarea canalelor de distribuție<br>2.2 Identificarea tipurilor de distribuitori                                            | Harta conceptuală                                   | Prezentarea studiului    | 2 Săptămâni          |
| <b>3. Organizarea proceselor comercial-tehnologice în unitățile de comerț cu ridicata</b>                                            |                                                     |                          |                      |
| 4.1 Identificarea metodelor de aranjare a mărfurilor la păstrare în depozitele de marfă                                              | Studiu de caz<br>PPT                                | Prezentarea studiului    | 1 Săptămână          |
| <b>4. Organizarea comerțului cu amănuntul</b>                                                                                        |                                                     |                          |                      |
| 3.1 Selectarea unităților comerciale ce activează în or. Chișinău sau pe teritoriul Republicii Moldova în baza Nomenclatorului - tip | PPT<br>Harta conceptuală<br>Desen<br>Studiul de caz | Prezentarea studiului    | 2 Săptămâni          |
| <b>5. Amplasarea unităților de comerț cu amănuntul</b>                                                                               |                                                     |                          |                      |
| 4.1 Evaluarea amplasamentului unui punct de vânzare                                                                                  | Studiul de caz<br>Argumentare scrisă                | Prezentarea studiului    | 1 Săptămână          |

| Materiile pentru studiul individual                                                                                                                                                                                                                       | Produsele de elaborat                                    | Modalitățile de evaluare | Termeni de realizare |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------|
| <b>6. Designul punctelor de vânzare</b>                                                                                                                                                                                                                   |                                                          |                          |                      |
| 5.1 Crearea unei identități memorabile prin design                                                                                                                                                                                                        | Studiul de caz<br>PPT<br>Proiect                         | Prezentarea studiului    | 2 Săptămâni          |
| <b>7. Formele de vânzare</b>                                                                                                                                                                                                                              |                                                          |                          |                      |
| 6.1 Selectarea formelor de vânzări practicate în unitățile comerciale                                                                                                                                                                                     | Harta conceptuală<br>Studiul de caz<br>PPT               | Prezentarea studiului    | 2 Săptămâni          |
| <b>8. Organizarea și tehnologia aprovizionării unităților comerciale</b>                                                                                                                                                                                  |                                                          |                          |                      |
| 8.1 Reflectarea principiilor, cerințelor, metodelor și formelor, graficelor și rutelor de organizare a procesului de aprovizionare                                                                                                                        | Harta conceptuală<br>Studiul de caz<br>PPT               | Prezentarea studiului    | 1 Săptămână          |
| <b>9. Organizarea proceselor comercial – tehnologice în unitățile de comerț cu amănuntul</b>                                                                                                                                                              |                                                          |                          |                      |
| 9.1 Examinarea documentelor necesare recepției mărfurilor<br>9.2 Studierea Hotărârii Guvernului Nr.1068 din 20.10.2000 cu privire la recepționarea mărfurilor conform cantității și calității în R. M., publicat: 27.10.2000 în Monitorul Oficial Nr. 137 | Studiul de caz<br>Acte legislative<br>Probleme rezolvate | Prezentarea studiului    | 2 Săptămâni          |
| <b>10. Organizarea spațiului de vânzare</b>                                                                                                                                                                                                               |                                                          |                          |                      |
| 10.1 Dispunerea sistemelor de amenajare a raioanelor în cadrul sălii comerciale<br>10.2 Localizarea raioanelor în sala comercială                                                                                                                         | Studiul de caz<br>Cercetarea<br>Scheme                   | Prezentarea studiului    | 1 Săptămână          |

### VIII. Lucrările practice recomandate

| Nr. d/o | Unitățile de învățare                                                           | Lista lucrărilor practice                                                                                                                                                  | Ore |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1.      | Comerțul în economia contemporană                                               | Studierea Legii nr. 231 din 23.09.2010 „Cu privire la comerțul interior”                                                                                                   | 2   |
| 2.      | Organizarea proceselor comercial-tehnologice în unitățile de comerț cu ridicata | Redarea creativă a proceselor tehnologice din cadrul comerțului cu ridicata                                                                                                | 2   |
| 3.      | Organizarea comerțului cu amănuntul                                             | Analizarea Hotărârii Guvernului Nr.931 din 08.12.2011 „cu privire la desfășurarea comerțului cu amănuntul”, Monitorul Oficial din 16.12.2011, Nr. 222-226 , art. Nr : 1017 | 2   |
| 4.      | Designul punctelor de vânzare                                                   | Evaluarea aspectului exterior și interior al unui magazin                                                                                                                  | 2   |
| 5.      | Formele de vânzare                                                              | Analizarea sistemului AIDAS                                                                                                                                                | 2   |
| 6.      | Organizarea și tehnologia aprovizionării unităților comerciale                  | Determinarea principiilor și cerințelor organizării procesului de aprovizionare                                                                                            | 2   |
| 7.      | Organizarea proceselor comercial –                                              | Analizarea Hotărârii Guvernului Nr.1068 din                                                                                                                                | 2   |

|    |                                    |                                                                                                                                                           |           |
|----|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
|    | tehnologice în unitățile de comerț | 20.10.2000 cu privire la recepționarea mărfurilor conform cantității și calității în Republica Moldova, publicat: 27.10.2000 în Monitorul Oficial Nr. 137 |           |
|    |                                    | Examinarea actelor legislative ce atestă cantitatea mărfurilor recepționate de la furnizor sau producător                                                 | 2         |
|    |                                    | Examinarea actelor legislative ce atestă calitatea mărfurilor recepționate de la furnizor sau producător                                                  | 2         |
| 8. | Organizarea spațiului de vânzare   | Analizarea sistemelor de amenajare din cadrul unităților comerciale                                                                                       | 2         |
|    | <b>În total</b>                    |                                                                                                                                                           | <b>20</b> |

### IX. Sugestiile metodologice

Comerțul este o ramură importantă a economiei naționale, un complex de activități cu importanță socială, care trebuie să corespundă nivelului general de dezvoltare a comunității pe care o deservește. Pentru desfășurarea activității de comerț în condițiile moderne, firmele comerciale trebuie să asigure un grad sporit de competitivitate, care presupune, cunoașterea procesului comercial, a operațiunilor comerciale și a procedurilor comerciale legate de recepționarea, păstrarea, organizarea și deservirea consumatorilor în unitățile de comerț angro și cu amănuntul.

Unitatea de curs F.02.O.011 Organizarea și tehnologia comerțului oferă posibilitatea parcurgerii treptate a conținuturilor ocupaționale, de la simplu la complex, în vederea obținerii unei calificări comerciale la finele fiecărei etape de instruire pentru a asigura șansele de avansare profesională pe piața muncii a viitorilor specialiști. Caracterul unității de curs „Organizarea și tehnologia comerțului” asigură receptivitate la schimbările de pe piața muncii și flexibilitate în structurarea ofertelor de instruire pentru diverse categorii de beneficiari.

**Orientarea strategiilor didactice spre formarea de competențe necesare elevului.** În procesul de instruire orientat spre formarea competențelor profesionale la unitatea de curs „Organizarea și tehnologia comerțului”, 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 unei unități 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 echipa. 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, simularea, problematizarea, 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.

La alegerea strategiilor didactice se va ține cont de următorii factori: scopurile și obiectivele propuse; conținuturile stabilite; resursele didactice, nivelul de pregătire inițială și capacitățile elevilor, competențele ce trebuie dezvoltate. Se recomandă utilizarea într-o cât mai mare măsură a *învățării centrate pe elev*. În acest caz profesorul are doar rolul de facilitator, comunicator, colaborator, implicând activ pe cel ce învață. Se vor promova metode activ – participative, centrate pe elev, care dezvoltă gândirea, încurajează participarea elevilor, dezvoltă creativitatea și realizează o comunicare multidirecțională.

*Avantajele învățării centrate pe elev:*

- creșterea motivației elevilor, deoarece aceștia sunt conștienți că pot influența procesul de învățare;
- eficacitatea mai mare a învățării și a aplicării celor învățate, deoarece aceste abordări folosesc învățarea activă;
- înțelegerea mai bună;
- posibilitatea mai mare de includere – poate fi adoptată în funcție de potențialul fiecărui elev, ținând cont de faptul că fiecare elev are o capacitate de a învăța și exprimare diferită.

*Profesorul va utiliza următoarele metode, procedee și tehnici de predare-învățare:*

- prelegerea, explicația, conversația euristică, dialogul;
- observația (vizite la agenți economici de profil), munca independentă;
- simularea (a diverselor situații întâlnite în activitatea și viața reală);
- jocul de rol (situații concrete legate de organizarea unităților comerciale);
- exercițiul, discuțiile în grup care stimulează critica;
- învățarea prin proiecte;
- studiul de caz;

- simularea;
- navigarea pe internet pentru a descoperi aspecte specifice activităților în unitățile de comerț;
- studierea materialelor de specialitate (tipărituri, materiale pe suport electronic, materiale promoționale, documente specifice, etc.);

În proiectarea didactică de lungă și scurtă durată profesorul se va ghida de prezentul curriculum, atât la compartimentul competențe, cât și la conținuturile recomandate. În corespundere cu cerințele didactice, profesorul va planifica ore de sinteză și evaluare, precum și activități practice.

Cadrul didactic va stabili coerența între competențele specifice disciplinei, conținuturi, activități de învățare, resurse, mijloace și tehnici de evaluare. De asemenea, în cadrul lecțiilor, profesorul va utiliza mijloace instructionale de tipul: Evocare, Realizarea sensului, Reflecție, Extindere.

Varietatea metodelor de predare/învățare/evaluare va asigura asimilarea mai lesne a materiei și servește ca instrument de stimulare a interesului elevilor față de disciplină și specialitate. Studiul individual ghidat de profesor va fi realizat pentru fiecare unitate de conținut, propunându-le elevilor în acest scop sarcini individualizate. Se recomandă aplicarea metodelor interactive de lucru cu elevii, cum ar fi discuția, comunicarea reciprocă, prezentarea.

#### Produsele recomandate pentru măsurarea competenței cognitive

| Nr. | Unitățile de învățare                                                              | Produsele recomandate pentru măsurarea competenței                                                                                                                    |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | Comerțul în economia contemporană                                                  | Brainstorming-ul, investigarea, harta conceptuală, problematizarea                                                                                                    |
| 2.  | Organizarea comerțului cu ridicata și distribuția mărfurilor                       | Harta noțională, argumentarea orală, referatul, investigația, harta conceptuală, brainstorming-ul                                                                     |
| 3.  | Organizarea proceselor comercial-tehnologice în unitățile de comerț cu ridicata    | Demonstrația, argumentarea scrisă, investigația, studiul de caz, cercetarea, schema la calculator, proiectul, simularea, realizarea de desene, scheme                 |
| 4.  | Organizarea comerțului cu amănuntul                                                | Studiul de caz, informarea documentară, argumentarea orală, exercițiul rezolvat                                                                                       |
| 5.  | Amplasarea unităților de comerț cu amănuntul                                       | Proiectul, referatul, eseu structurat, investigația, studiul de caz                                                                                                   |
| 6.  | Designul punctelor de vânzare                                                      | Harta noțională, argumentarea orală, rezumatul scris, investigația, studiul de caz, cercetarea, creativitatea                                                         |
| 7.  | Formele de vânzare                                                                 | Creativitatea, brainstorming-ul, interviul de grup, proiectul elaborat, studiul de caz, cercetare, metoda ciorchinelui, asaltul de idei, harta conceptuală, simularea |
| 8.  | Organizarea și tehnologia aprovizionării unităților comerciale                     | Demonstrația, argumentarea scrisă, investigația, studiul de caz, cercetarea, schema la calculator, proiectul, simularea, realizarea de desene, scheme                 |
| 9.  | Organizarea proceselor comercial – tehnologice în unitățile de comerț cu amănuntul | Harta noțională, studiul de caz, cercetarea, demonstrarea, proiectul, asaltul de idei, învățarea pe simulatoare, problema rezolvată                                   |
| 10. | Organizarea spațiului de vânzare                                                   | Jocul didactic, harta conceptuală, investigația, studiul de caz, simularea, cercetarea                                                                                |

**Produsele recomandate pentru evaluarea nivelului de dezvoltare a competențelor cognitive**

| Nr. | Produsele pentru măsurarea competențelor | Criteriile de evaluare a produselor                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----|------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | Harta noțională                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Punerea în evidență a subiectului general</li> <li>• Elaborarea corectă a tabelii (schemei), de la noțiunile de bază spre cele specifice domeniului</li> <li>• Organizarea corectă a informației despre subiectul solicitat</li> <li>• Corectitudinea logică a formulărilor</li> <li>• Corectitudinea lingvistică a formulărilor</li> <li>• Originalitatea expunerii noțiunilor subiectului propus</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 2.  | Argumentare scrisă                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Corespunderea formulărilor temei</li> <li>• Selectarea și structurarea logică a argumentelor în corespundere cu tezele puse în discuție</li> <li>• Apelarea la propria experiență în argumentarea tezelor puse în discuție</li> <li>• Utilizarea unui limbaj adecvat și bogat, respectarea normelor literare</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 3.  | Argumentarea orală                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Corespunderea formulărilor temei</li> <li>• Selectarea și structurarea logică a argumentelor în corespundere</li> <li>• Produse pentru măsurarea competenței Criterii de evaluare a produselor cu tezele puse în discuție</li> <li>• Apelarea la propria experiență în argumentarea tezelor puse în discuție</li> <li>• Utilizarea unui limbaj adecvat și bogat, respectarea normelor literare</li> <li>• Utilizarea corectă și adecvată a mijloacelor orale de exprimare (intonaj, gesturile, vocabularul etc.)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 4.  | Studiul de caz                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Corectitudinea interpretării studiului de caz propus</li> <li>• Calitatea soluțiilor, ipotezelor propuse, argumentarea acestora</li> <li>• Corespunderea soluțiilor, ipotezelor propuse pentru rezolvarea adecvată a cazului analizat</li> <li>• Corectitudinea lingvistică a formulărilor</li> <li>• Utilizarea adecvată a terminologiei în cauză</li> <li>• Rezolvarea corectă a problemei, asociate studiului analizat de caz</li> <li>• Punerea în evidență a subiectului, problematicii și formularea studiului de caz</li> <li>• Logica sumarului</li> <li>• Completitudinea informației și coerența între subiect și documentele studiate</li> <li>• Noutatea și valoarea științifică a informației</li> <li>• Exactitudinea rezultatelor și rigoarea probelor</li> <li>• Capacitatea de analiză și de sinteză a documentelor, adaptarea conținutului</li> <li>• Originalitatea studiului, a formulării și a realizării</li> <li>• Personalizarea (să nu fie lucruri copiate)</li> <li>• Aprecierea critică, judecată personală a elevului</li> <li>• Corectitudinea interpretării studiului de caz propus</li> <li>• Calitatea soluțiilor, ipotezelor propuse, argumentarea acestora</li> </ul> |

|    |                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Corespunderea soluțiilor, ipotezelor propuse pentru rezolvarea adecvată a cazului analizat</li> <li>• Rezolvarea corectă a problemei, asociate studiului analizat de caz</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 5. | Investigația        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definirea și înțelegerea problemei investigate</li> <li>• Folosirea diverselor procedee pentru obținerea datelor necesare</li> <li>• Colectarea și organizarea datelor obținute</li> <li>• Formularea și verificarea ipotezei cu privire la problema luată în studiu</li> <li>• Alegerea și descrierea metodelor folosite pentru investigație</li> <li>• Prezentarea metodelor de cercetare/laborator în ordinea în care au fost utilizate</li> <li>• Comentariul comparativ al surselor de documentare</li> <li>• Descrierea observațiilor</li> <li>• Interpretarea personală a rezultatelor cercetării</li> <li>• Realizarea de desene, grafice, diagrame, tabele</li> <li>• Selectarea și oportunitatea surselor bibliografice</li> <li>• Rezumarea celor constatate într-o concluzie exprimată succint și raportată la ipoteza inițială</li> <li>• Modul de prezentare</li> </ul> |
| 6. | Brainstorming-ul    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definirea problemei</li> <li>• Investigarea definiției - problemă</li> <li>• Definirea scopului ca soluție a problemei</li> <li>• Identificarea resurselor și limitelor (constrângerilor)</li> <li>• Identificarea strategiilor care sunt similare sau au legătură unele cu altele</li> <li>• Rezumarea deciziilor de grup</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 7. | Creativitatea       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persoanele creative tind să fie independente, nonconformiste în gândire și acțiune, sunt relativ neinfluențate de alții</li> <li>• 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</li> <li>• Aptitudinea de a lăsa la o parte sistemele ferm structurate și stabilite</li> <li>• Dizolvarea sintezelor existente și de a utiliza elementele și concepțiile în afara contextelor inițiale, pentru a crea noi combinații, noi sisteme de relații</li> <li>• Prezentarea originalității în gândire și idei, vederea lucrurilor în modalități noi</li> <li>• Persoanele creative sunt curioase, entuziaste, optimiste</li> </ul>                                                                                                                              |
| 8. | Simularea didactică | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Experimentarea prin observarea comportamentului „unui model” la modificările unor parametri</li> <li>• Rezultatele simulării pot fi comparate cu cele ale modelului real</li> <li>• Reproducerea realității, printr-o modelare a comportamentului sistemului, aparatului, echipamentului care urmează a fi cercetat</li> <li>• Dezvoltarea gândirii creatoare și inovatoare</li> <li>• Dezvoltarea spiritului competitiv</li> <li>• Dezvoltarea moralei și a motivației</li> <li>• Dezvoltarea sentimentului responsabilității</li> <li>• Întărirea cunoștințelor și competențelor proprii</li> <li>• Creșterea gradului de înțelegere a subiectului de cercetare</li> <li>• Dezvoltarea deprinderilor de analiză și sinteză a noțiunilor</li> </ul>                                                                                                                                  |

|     |                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                      | însușite <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creșterea gradului de încredere în forțele proprii</li> <li>• Creșterea competențelor de comunicare și de operare cu termeni specifici disciplinei de studiu și specializării</li> <li>• Dezvoltarea personalității</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                   |
| 9.  | Matricea de asociere | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Corespunderea matricei cu cerința formulată</li> <li>• Corectitudinea asocierilor realizate</li> <li>• Corectitudinea terminologiei utilizate</li> <li>• Corectitudinea formulelor, graficelor, proprietăților, evenimentelor incluse în matrice.</li> <li>• Completarea corectă a casetelor matricei</li> <li>• Validitatea matricei gradul în care aceasta acoperă unitar și coerent, logic și argumentat tema propusă</li> </ul>                                       |
| 10. | Schemă               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Redarea esenței subiectului în cauză</li> <li>• Relevanța elementelor grafice utilizate</li> <li>• Modul de amplasare a elementelor grafice</li> <li>• Creativitatea și originalitatea</li> <li>• Corectitudinea reprezentării legăturilor (relațiilor) dintre elemente.</li> <li>• Corectitudinea redării caracteristicilor relevante ale elementelor grafice</li> </ul>                                                                                                 |
| 11. | Desen                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Redarea esenței subiectului în cauză</li> <li>• Relevanța elementelor grafice utilizate</li> <li>• Gradul de transmitere a mesajului</li> <li>• Corespunderea concepției, stilului, așezării în pagină și a design-ului grafic, mesajului de transmis</li> <li>• Creativitatea, originalitatea și capacitatea de a ilustra, prin forme și culori, prin poziționarea compoziției în transmiterea mesajului preconizat</li> <li>• Impactul vizual și comunicativ</li> </ul> |

## 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 carieră, îndeosebi) 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.

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

Activitățile de evaluare la unitatea de curs *F.02.O.011 Organizarea și tehnologia comerțului* 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.

**Evaluarea inițială** va fi realizată la începutul unui program de instruire (an școlar, semestru, unitate de învățare), prin intermediul probelor orale (dialogul), elevii având posibilitatea să-și argumenteze răspunsul. Evaluarea inițială destinată identificării capacităților de învățare ale elevilor, nivelului de pregătire al acestora, motivația pentru învățare, nivelul la care s-au format deprinderile de muncă intelectuală și gradul de dezvoltare al acestora, vocabularul comercial format, disponibilitățile de comunicare și relaționare etc.

**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). 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.02.O.011 Organizarea și tehnologia comerțului este examen.

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:

- organizarea procesului de aprovizionare a unităților comerciale prin elaborarea rutelor și graficelor de aprovizionare;
- recepționarea mărfurilor după cantitate și calitate, întocmirea documentelor;
- determinarea factorilor endogeni și exogeni în amplasarea unui magazin;
- dispunerea sistemelor de amenajare în sala comercială;
- crearea unei identități memorabile prin design exterior și interior, care să-i determine pe clienți să intre în magazin, să-i atragă în a vizita toate raioanele existente, să le dea senzația de confort în timpul efectuării cumpărăturilor, să-i stimuleze într-un mod subtil în demersul de achiziționare de produse, mărindu-le totodată și gradul de satisfacție;
- extinderea formelor moderne de vânzare pentru atragerea și convingerea cumpărătorilor;
- organizarea locului de muncă, respectarea cerințelor igienice și a normelor cu privire la tehnica securității

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

- acte normative cu privire la desfășurarea comerțului cu amănuntul;
- regulamentul cu privire la recepționarea mărfurilor conform cantității și calității;

- documentația normativ tehnică conform specificațiilor propuse.

## **XL. Resursele necesare pentru desfășurarea procesului de studii**

Pentru a realiza cu succes formarea competențelor ce trebuie formate și dezvoltate în cadrul unității de curs F.02.O.011 Organizarea și tehnologia comerțului, trebuie asigurat un mediu de învățare autentic, relevant și centrat pe elev. Sala de curs va fi dotată cu mobilier școlar, tablă interactivă sau proiector multimedia și să aibă condiții ergonomice adecvate.

## **XII. Resursele didactice recomandate elevilor**

| <b>Nr.</b> | <b>Denumirea resursei</b>                                                                                                                                                                                                   | <b>Locul în care poate fi consultată/ accesată/ procurată resursa</b> |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| 1.         | Biblioteca comerțului românesc " Meseria de comerciant", - București, 1995.                                                                                                                                                 | Biblioteca CNC al ASEM<br>ASEM, CCM                                   |
| 2.         | Dinu Vasile, " A vinde cu succes", - Buzău: ed. ALPHA, 2002                                                                                                                                                                 | Biblioteca CNC al ASEM<br>ASEM, CCM                                   |
| 3.         | Nița Valentin, Daniela Cordoneanu Agheorghiesei, "Merckandising", - Iași: ed. Tehnopress, 2008                                                                                                                              | Biblioteca CNC al ASEM<br>ASEM, CCM                                   |
| 4.         | Nicolai Svetlana „Organizarea și tehnologia comerțului”, - Chișinău: ed.ASEM, 2021                                                                                                                                          | Biblioteca CNC al ASEM<br>ASEM, CCM                                   |
| 5.         | Octavia Mirela " Tehnologii comerciale" - București, ed. Expert, 2002                                                                                                                                                       | Biblioteca CNC al ASEM<br>ASEM, CCM                                   |
| 6.         | Șavga Larisa, Sitnicenco Viorica „Organizarea și tehnologia comerțului”,- Chișinău: ed.UCCM,2016                                                                                                                            | Biblioteca ASEM, CCM                                                  |
| 7.         | Pitușcan Feodosie , Alexandru Scutaru "Organizarea și tehnica comerțului", - Chișinău: ed. UCCM, 2015                                                                                                                       | Biblioteca CNC al ASEM<br>ASEM, CCM                                   |
| 8.         | Patriche Dumitru, Ion Stanescu, " Bazele comerțului": -București: ed. Economica, 1999                                                                                                                                       | Biblioteca CNC al ASEM<br>ASEM, CCM                                   |
| 9.         | Ristea Ana Lucia, Constantin Tudose "A fi sau nu a fi comerciant", - București, ed . Didactica și pedagogica, 1996                                                                                                          | Biblioteca CNC al ASEM<br>ASEM, CCM                                   |
| 10.        | Ristea Ana Lucia , Constantin Tudose " Tehnologii comerciale" - București: ed. Expert, , 1996                                                                                                                               | Biblioteca CNC al ASEM,<br>ASEM                                       |
| 11.        | Legea "cu privire la comerțul interior", nr. 231 din 23.09.2010 , Monitorul Oficial nr.206-209/681 din 22.10.2010                                                                                                           | Biblioteca CNC al ASEM, CCM<br>ASEM, în cabinet de specialitate       |
| 12.        | Hotărârea Guvernului Nr.931 din 08.12.2011 " cu privire la desfășurarea comerțului cu amănuntul ", Monitorul Oficial din 16.12.2011, Nr. 222-226 , art Nr: 1017                                                             | Biblioteca CNC al ASEM, CCM<br>ASEM, în cabinet de specialitate       |
| 13.        | Hotărârea Guvernului Nr.1068 din 20.10.2000 despre aprobarea Regulamentului cu privire la recepționarea mărfurilor conform cantității și calității în Republica Moldova, publicat : 27.10.2000 în Monitorul Oficial Nr. 137 | Biblioteca CNC al ASEM, CCM<br>ASEM, în cabinet de specialitate       |
| 14.        | <a href="https://www.legis.md/cautare">https://www.legis.md/cautare</a>                                                                                                                                                     | Navigare pe internet                                                  |
| 15.        | <a href="https://www.me.gov.md/">https://www.me.gov.md/</a>                                                                                                                                                                 | Navigare pe internet                                                  |