



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

Aprob:

Directorul Colegiului Național de Comerț al ASEM

Budurin - Furculiță C.



Curriculum modular

S.07.0.025 Activitatea comercială

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 12 decembrie 2023

Director adjunct pentru instruire și educație Rotaru Rotaru Irina

La ședința **Consiliului metodic – științific** al Colegiului Cooperatist din Moldova,

proces – verbal nr. 2 din 29 noiembrie 2023

Director adjunct pentru activitatea didactică și instruirea practică Baran Baran Tatiana

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

proces – verbal nr. 03 din 18 octombrie 2023

Șef catedră Nicolai Nicolai Svetlana

La ședința catedrei „**Discipline economice**”,

proces – verbal nr. 4 din 16 noiembrie 2023

Șef catedră Blîndu Blîndu Natalia

Autori:

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

Brînză 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

Cuprins

I. Preliminarii.....	4
II. Motivația, utilitatea modulului pentru dezvoltarea profesională.....	4
III. Competențele profesionale specifice modulului.....	5
IV. Administrarea modulului.....	6
V. Unitățile de învățare.....	6
VI. Repartizarea orientativă a orelor pe unități de învățare.....	8
VII. Studiul individual ghidat de profesor.....	9
VIII. Lucrările practice recomandate.....	10
IX. Sugestii metodologice.....	10
X. Sugestii de evaluare a competențelor profesionale.....	12
XI. Resursele necesare pentru desfășurarea procesului de studii.....	15
XII. Resursele didactice recomandate elevilor.....	15

I. Preliminarii

Curriculumul **S.07.O.025 Activitatea comercială** este parte integrantă obligatorie a procesului educațional, în conformitate cu Planul de învățământ aprobat de MEC al RM, nr. de înregistrare SC-06/22, Ordinul nr.339 din 18.05.2022 la *programul de formare profesională tehnică 41620 Comerț, calificarea 332401 Agent comercial*, care are drept scop formarea competențelor profesionale, consolidarea cunoștințelor teoretice însușite în cadrul orelor de curs și formarea/dezvoltarea/consolidarea abilităților practice în concordanță cu Curriculumul în învățământul profesional tehnic.

Activitatea de comerț se distinge ca una din cele mai principale funcții ale întreprinderii în economia de piață, avându-se în vedere nu doar întreprinderile strict cu profil de comerț, dar și alți agenți economici cu diferită specializare, care comercializează produse/servicii. Activitatea comercială reprezintă o modalitate de realizare a relațiilor comerciale, cărora, în condițiile pieței libere, le revine un rol prioritar.

În perioada de constituire și de dezvoltare a relațiilor de piață, activitatea de comerț a cunoscut modificări esențiale, transformându-se dintr-o simplă totalitate de operațiuni, prin care se urmărea scopul de a livra produsele în punctele de desfacere și a le vinde consumatorilor, într-o activitate realizată pentru a pune produsul la dispoziția consumatorului pe piață, având ca scop satisfacerea multilaterală a necesităților lor de consum atât a celor reale, cât și a celor potențiale.

Curriculumul la unitatea de curs **S.07.O.025 Activitatea comercială** este un document normativ și obligatoriu pentru realizarea procesului de pregătire a agenților comerciali din învățământul profesional tehnic postsecundar și postsecundar nonterțiar, care vor activa în cadrul diverselor unități comerciale în conformitate cu sarcinile de lucru.

Scopul studierii acestui modul constă în formarea și dezvoltarea competențelor elevilor în organizarea comerțului și activitatea comercială, asimilarea fundamentelor teoretice ale comerțului, mecanismelor de funcționare a comerțului în economia modernă, practicilor de comerț pe plan național și internațional în toată diversitatea formelor lor.

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

- F.02.O.011 Organizarea și tehnologia comerțului
- F.03.O.013 Baza tehnico-materială a unităților comerciale
- S.05.O.020 Merchandising

II. Motivația, utilitatea modulului pentru dezvoltarea profesională

Motivația unității de curs **S.07.O.025 Activitatea comercială** este determinată de necesitatea de a pune la dispoziția elevilor un material care să-i ajute să însușească cunoștințe din domeniul comerțului necesare pentru a administra o afacere de succes și să-i pregătească pentru viața profesională.

Cunoștințele obținute la acest modul vor permite specialiștilor să cunoască cadrul legislativ-

normativ cu privire la activitatea comercială, să facă distincție între funcțiile, categoriile și noțiunile fundamentale ale activității comerciale, să explice problemele ce țin de realizarea activității de comerț, să cunoască sursele de aprovizionare a întreprinderilor cu mărfuri, să întocmească contracte ce vândare-cumpărare, să monitorizeze executarea comenzilor, să identifice problemele, riscurile și soluțiile de perfecționare a activității comerciale și luarea deciziilor ce vizează perfecționarea și optimizarea proceselor comerciale.

La finalizarea modulului elevii vor fi capabili să:

- cunoască conținutul activității comerciale;
- conștientizeze importanța informației comerciale;
- identifice sursele și formele de achiziționare a mărfurilor;
- determine structura contractului de vânzare-cumpărare, să se familiarizeze cu modalitatea de încheiere, modificare și reziliere a contractelor;
- noțiunea de risc, evaluarea riscurilor comerciale, stabilirea modalităților de minimizare a efectelor riscurilor comerciale.

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

- cunoștințe factice, principii, procese și concepte generale din domeniul activității comerciale;
- abilități cognitive și practice necesare activității comerciale;
- asumarea responsabilității pentru organizarea desfășurării activității comerciale.

Cunoștințele și abilitățile obținute pe parcursul studierii disciplinei vor servi ca fundament pentru formarea profesională a elevilor în cadrul următoarelor unități de curs:

P.08.O.031 Practica ce anticipează probele de absolvire

III. Competențele profesionale specifice modulului

Competențele profesionale ale viitorului specialist evidențiază capacitatea de a integra cunoștințele teoretice cu deprinderile practice în realizarea activității profesionale și a obține performanțe descrise în calificarea profesională.

În cadrul modulului vor fi formate și dezvoltate următoarele competențe profesionale specifice:

Nr.	Competențe specifice modulului	Unități de competență
1	CS.1 Aplicarea în activitatea comercială a cadrului legislativ-normativ reglatoriu.	UC1.1 Prezentarea conceptelor teoretice privind activitatea comercială. UC1.2 Analizarea actelor normative în procesul de realizare a activităților comerciale.
2	CS.2 Identificarea partenerilor și factorilor care influențează cererea și oferta de mărfuri în formarea sortimentului de mărfuri.	UC2.1 Determinarea elementelor și partenerilor prezenți pe piața mărfurilor și serviciilor. UC2.2 Analiza factorilor care influențează cererea și oferta de mărfuri. UC2.3 Identificarea factorilor ce influențează formarea sortimentului de mărfuri.

		UC2.4 Determinarea indicilor ce caracterizează sortimentul de mărfuri în unitățile de comerț.
3	CS.3 Organizarea și reglementarea rapoartelor contractuale în procesul de achiziționarea a mărfurilor, identificând metodelor de atenuare a riscurilor comerciale în baza informațiilor selectate.	UC3.1 Analiza surselor de informații și a secretul comercial. UC3.2 Prezentarea formelor de achiziție a mărfurilor. UC3.3 Determinarea conținutului contractului de vânzare-cumpărare. UC3.4 Identificarea metodelor de atenuare riscurilor comerciale.
4	CS.4 Integrarea serviciilor comerciale în formele de vânzare a mărfurilor în unitățile de comerț.	UC4.1 Evaluarea serviciilor în activitatea comercială. UC4.2 Analiza formelor de vânzare a mărfurilor în comerț.

IV. Administrarea modului

Codul modulului	Denumirea modulului	Semestrul	Numărul de ore			Modalitate de evaluare	Numărul de credite	
			Total	Contact direct				Studiul individual
				Teorie	Practice			
S.07.O.025	Activitatea comercială	VII	120	40	20	60	Examen de promovare	4

V. Unitățile de învățare

Unități de competențe	Unități de conținut/Cunoștințe	Abilități (A)
1. Activitate comercială: esență, conținut, organizare.		
UC1.1 Prezentarea conceptelor teoretice privind activitatea comercială.	1.1. Conținutul activității comerciale. Clasificarea comercianților. 1.2. Funcțiile realizate în cadrul activității comerciale. 1.3. Clasificarea operațiilor comerciale. 1.4. Structura activității comerciale. 1.5. Principiile de organizare a activității comerciale.	A1.1. Analiza conținutului activității comerciale. A1.2. Descrierea funcțiilor realizate în cadrul activității comerciale. A1.3. Clasificarea operațiilor comerciale. A1.4. Identificarea principiilor de organizare a activității comerciale.
2. Piața mărfurilor și serviciilor – mediu pentru activitatea comercială.		
UC1.2 Analizarea actelor normative în procesul de realizare a activităților comerciale. UC2.1 Determinarea elementelor și partenerilor prezenți pe piața mărfurilor și serviciilor.	2.1. Conținutul și structura pieței. 2.2. Elementele care influențează dinamica pieței. 2.3. Principalele categorii de parteneri prezenți în cadrul pieței.	A2.1. Descrierea principalelor elemente care determină dinamica pieței. A2.2. Studiarea conținutului și structurii pieței. A2.3. Analiza principalelor categorii de parteneri.
3. Consumul, cererea și oferta – coordonate ale activității comerciale.		
UC2.2 factorilor	Analiza care	3.1. Consumul, nevoile de consum, structura consumului. A3.1. Analizarea consumului și nevoilor de consum.

Unități de competențe	Unități de conținut/Cunoștințe	Abilități (A)
influențează cererea și oferta de mărfuri. UC2.4 Identificarea factorilor ce influențează formarea sortimentului de mărfuri. UC2.5 Determinarea indicilor ce caracterizează sortimentul de mărfuri în unitățile de comerț.	3.2. Cererea de mărfuri. 3.3. Oferta de mărfuri. 3.4. Factorii ce influențează formarea sortimentului de mărfuri în unitățile de comerț. 3.5. Formarea sortimentului de mărfuri în unitățile de comerț. 3.6. Indicii ce caracterizează sortimentul de mărfuri în unitățile de comerț.	A3.2. Studiarea cererii de mărfuri și a factorilor ce o influențează. A3.3. Determinarea ofertei de mărfuri. A3.4. Identificarea factorilor ce influențează formarea sortimentului de mărfuri în unitățile de comerț. A3.5. Descrierea procesului de formare a sortimentului de mărfuri în unitățile de comerț. A3.6. Analizarea indicilor ce caracterizează sortimentul de mărfuri în unitățile de comerț.
4. Formele de vânzare în comerț.		
UC1.1 Prezentarea conceptelor teoretice privind activitatea comercială. UC1.2 Analizarea actelor normative în procesul de realizare a activităților comerciale. UC4.3 Analiza formelor de vânzare a mărfurilor în comerț.	4.1. Forme și metode de vânzare a mărfurilor în comerțul cu amănuntul. 4.2. Forme de vânzare a mărfurilor în afara magazinelor. 4.3. Organizarea vânzării mărfurilor cu achitarea în rate. 4.4. Organizarea vânzării mărfurilor în magazinelor de consignație.	A4.1.Descrierea formelor și metodelor de vânzare a mărfurilor în comerțul cu amănuntul. A4.2.Caraterizarea formelor de vânzare a mărfurilor în afara magazinelor. A4.3. Analizarea organizării vânzării mărfurilor cu achitarea în rate. A4.4. Aprecierea organizării vânzării mărfurilor în magazinelor de consignație.
5. Serviciile comerciale.		
UC1.1 Prezentarea conceptelor teoretice privind activitatea comercială. UC4.1Evaluarea serviciilor în activitatea comercială.	5.1.Rolul serviciilor în activitatea comercială. 5.2.Tipologia serviciilor comerciale. 5.3.Caracteristicile serviciilor comerciale. 5.4.Alimentația publică - sector al comerțului.	A5.1. Argumentarea rolului serviciilor în activitatea comercială. A5.2. Studiarea tipologiei serviciilor comerciale. A5.3. Însușirea caracteristicilor serviciilor comerciale. A5.4. Caracteristica serviciilor de alimentației publice.
6. Informația comercială și protecția ei.		
UC1.2 Analizarea actelor normative în procesul de realizare a activităților comerciale. UC3.1 Analiza surselor de informații și a secretul comercial.	6.1. Semnificația și funcțiile informației comerciale în programarea și promovarea actelor de comerț. 6.2.Caracteristica informației utilizate în activitatea de comerț. 6.3.Sursele de informare în cadrul activității de comerț.	A6.1. Însușirea rolului informației comerciale în programarea și promovarea actelor de comerț. A6.2. Analiza surselor de informații în cadrul activității de comerț.
7. Formele de achiziție a mărfurilor.		
UC1.2 Analizarea actelor normative în	7.1.Formele de achiziții a mărfurilor.	A7.1. Descrierea formelor de achiziție a mărfurilor.

Unități de competențe	Unități de conținut/Cunoștințe	Abilități (A)
procesul de realizare a activităților comerciale. UC3.2 Prezentarea formelor de achiziție a mărfurilor.	7.2. Organizarea și derularea afacerii comerciale în cadrul legăturilor directe dintre contragenți. 7.3. Achiziția mărfurilor la iarmaroacele en – gros. 7.4. Negoțul (vânzarea) „tender” – ca mijloc de achiziție a mărfurilor. 7.5. Achiziția mărfurilor la bursele de mărfuri: conținut, organizare. 7.6. Licitatii: conținut, organizare.	A7.2. Caracteristica procesului de achiziție a mărfurilor la iarmaroacele en-gros. A7.3. Descrierea tenderului ca proces de achiziție a mărfurilor. A7.4. Caracteristica procesului de achiziție a mărfurilor la bursele de mărfuri. A7.5. Caracteristica procesului de achiziție a mărfurilor la licitații.
8. Organizarea și reglarea rapoartelor contractuale.		
UC1.2 Analizarea actelor normative în procesul de realizare a activităților comerciale. UC3.3 Determinarea conținutului contractului de vânzare-cumpărare.	8.1. Formele relațiilor contractuale. 8.2. Contractele de vânzare – cumpărare: noțiuni, aspecte fundamentale. 8.3. Conținutul contractului de vânzare – cumpărare. 8.4. Adaptarea, modificarea, suspendarea și rezilierea contractelor de vânzare - cumpărare.	A8.1. Studiarea conținutului contractului de vânzare-cumpărare. A8.2. Însușirea elementelor component ale unui contract de vânzare cumpărare. A8.3. Caracteristica contractelor de vânzare indirect.
9. Riscurile comerciale și metode de atenuare a acestora.		
UC1.2 Analizarea actelor normative în procesul de realizare a activităților comerciale. UC3.4 Identificarea metodelor de atenuare riscurilor comerciale.	9.1. Noțiunea de risc și caracteristicile lui. 9.2. Clasificarea riscurilor. 9.3. Metode de atenuare a riscurilor.	A9.1. Definirea noțiunii de risc și caracteristica lui. A9.2. Stabilirea criteriilor de clasificare a riscurilor. A9.3. Identificarea metodelor de atenuare a riscurilor.

VI. Repartizarea orientativă a orelor pe unități de învățare

Nr. crt.	Unități de învățare	Numărul de ore			
		Total	Contact direct		Studiul individual
			Teorie	Practice	
1.	Activitate comercială: esență, conținut, organizare.	12	4	2	6
2.	Piața mărfurilor și serviciilor – mediu pentru activitatea comercială.	10	4	-	6
3.	Consumul, cererea și oferta – coordonate ale activității comerciale.	12	4	2	6

4.	Formele de vânzare în comerț.	10	4	2	4
5.	Serviciile comerciale.	14	4	2	8
6.	Informația comercială și protecția ei.	12	4	2	6
7.	Formele de achiziție a mărfurilor.	18	6	4	8
8.	Organizarea și reglarea rapoartelor contractuale.	20	8	4	8
9.	Riscurile comerciale și metode de atenuare a acestora.	12	2	2	8
	Total	120	40	20	60

VII. Studiul individual ghidat de profesor

Materii pentru studiul individual	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Termeni de realizare
1. Activitate comercială: esență, conținut, organizare.			
1.1 Identificarea atelelor comerciale.	Referat PPT	Prezentarea studiului	Săptămâna 2
2. Piața mărfurilor și serviciilor – mediu pentru activitatea comercială.			
2.1 Caracterizarea firmelor ca obiect al activității comerciale.	Referat PPT	Prezentarea studiului	Săptămâna 3
3. Consumul, cererea și oferta – coordonate ale activității comerciale.			
3.1 Analizarea formelor de manifestare a cererii de mărfuri, indicând semnificația ei pentru activitatea comercială a întreprinderii.	Studiu de caz Harta conceptuală PPT	Prezentarea studiului	Săptămâna 5
3.2 Caracterizarea ofertei de mărfuri, indicând tendințele privind evoluția acesteia.			
4. Formele de vânzare în comerț.			
4.1 Identificarea avantajelor și dezavantajelor formelor de vânzare a unei unități de comerț.	Studiu de caz PPT Analiza SWOT	Prezentarea studiului	Săptămâna 6
5. Serviciile comerciale.			
5.1 Prezentarea tendințelor de dezvoltare a serviciilor comerciale pe plan mondial	Referat PPT	Prezentarea studiului	Săptămâna 7
6. Informația comercială și protecția ei.			
6.1 Identificarea tipurilor și surselor de informație utilizată în activitatea de comerț al unei întreprinderi.	Studiu de caz PPT Acte normative	Prezentarea studiului	Săptămâna 9
7. Formele de achiziție a mărfurilor.			
7.1 Analizarea formelor de achiziție a mărfurilor în Republica Moldova.	Raport de analiză PPT	Prezentarea studiului	Săptămâna 12
8. Organizarea și reglarea rapoartelor contractuale.			

Materii pentru studiul individual	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Termeni de realizare
8.1 Stipularea convențiilor (tranzacțiilor) comerciale. 8.2 Simularea întocmirii contractului de vânzare - cumpărare	Referat PPT Contract	Prezentare studiului	Săptămâna 14
9. Riscurile comerciale și metode de atenuare a acestora.			
9.1 Identificarea categoriilor de risc specifice activității comerciale din cadrul întreprinderilor comerciale în Republica Moldova. 9.2 Analizarea pierderile posibile din cauza riscurilor și consecințele acestora în activitatea comercială a unei întreprinderi.	Studiu de caz PPT Analiza SWOT	Prezentare studiului	Săptămâna 15

VIII. Lucrările practice recomandate

Nr. d/o	Unități de învățare	Lista lucrărilor practice	Ore
1.	Activitate comercială: esență, conținut, organizare.	Lucrare practică nr.1 Studierea legislației aferente activității comerciale.	2
3.	Consumul, cererea și oferta – coordonate ale activității comerciale.	Lucrare practică nr.2 Studierea factorilor ce influențează consumul, cererea și oferta în activitatea comercială.	2
5.	Formele de vânzare în comerț.	Lucrare practică nr.3 Studierea formelor de vânzare a mărfurilor în comerț.	2
6.	Serviciile comerciale.	Lucrare practică nr.4 Analiza serviciilor comerciale prestate în unitățile de comerț.	2
7.	Informația comercială și protecția ei.	Lucrare practică nr.5 Studierea Legii cu privire la secretul comercial.	2
8.	Formele de achiziție a mărfurilor.	Lucrare practică nr.6 Studierea achiziției mărfurilor la iarmaroace și tendere.	2
		Lucrare practică nr.7 Studierea achiziției mărfurilor la burse de mărfuri și licitații.	2
9.	Organizarea și reglarea rapoartelor contractuale.	Lucrare practică nr.8 Studierea actelor ce atestă cantitatea și calitatea mărfurilor, completarea facturii fiscale	2
		Lucrare practică nr.9 Întocmirea unui contract de vânzare-cumpărare.	2
10.	Riscurile comerciale și metode de atenuare a acestora.	Lucrare practică nr.10 Analiza factorilor de influență a riscurilor comerciale.	2
În total			20

IX. Sugestii metodologice

Curriculumul la modulul *S.07.O.025 Activitatea comercială* are drept scop formarea și dezvoltarea competențelor profesionale ale elevilor, iar finalitățile procesului de instruire sunt materializate prin competențe. Curriculumul centrat pe competențe va răspunde mai bine cerințelor

actuale ale vieții sociale și profesionale, ale pieței muncii, prin centrarea demersurilor didactice pe achizițiile concrete ale elevului. În cadrul procesului de învățământ se vizează formarea și dezvoltarea de competențe educaționale funcționale, de bază, necesare elevilor pentru a-și continua studiile și/ sau pentru a se încadra pe piața muncii. Competențele formate pe parcursul educației de bază răspund condiției de a fi necesare și benefice pentru individ și pentru societate în același timp. Acest curriculumul pune accentul pe dimensiunea acționară în formarea personalității elevilor și focalizarea pe achiziții finale ale învățării.

Un învățământ modern presupune utilizarea metodelor didactice interactive care contribuie la îmbunătățirea calității procesului instructiv-educativ prin dezvoltarea gândirii critice, creativității și motivației pentru învățare. Prin aplicarea strategiilor didactice se urmărește traducerea în practică a principiilor generale de proiectare a activității de formare-dezvoltare. Acestea oferă ocazii benefice de instruire ușoară, captivantă, dar și temeinică; creează un mediu adecvat comunicării și învățării cooperante, având, un pronunțat caracter activ-participativ. Utilizarea preponderentă a unor strategii didactice de tip interactiv și metacognitiv îl plasează pe elev în centrul procesului instructiv-educativ, stimulându-l să se implice plenar în derularea activităților, punându-l în situația de a-și valorifica spiritul de inițiativă, independența și potențialul creator, de a aplica capacitățile de investigare și reglare a propriilor procese cognitive, afective, motivaționale.

De asemenea una dintre cerințele majore ale învățământului modern este aceea a formării la elevi a deprinderilor de studiu individual, care să fructifice capacitatea de a gândi și acționa liber și creativ. Drept urmare, predarea-învățarea se va realiza prin activarea și utilizarea celor mai adecvate metode, procedee și mijloace didactice care să provoace și să stimuleze gândirea și trăsăturile elevului.

Astfel, metodele didactice aplicate în procesul de predare a disciplinei **S.07.O.025 Activitatea comercială** vor fi indicate în proiectele didactice elaborate de profesor în funcție de nivelul de pregătire și progresul demonstrat atât de grupa de elevi în ansamblu, cât și fiecare elev în parte. Opțiunea pentru o metodă sau alta este în strânsă legătură și cu personalitatea profesorului și gradul de pregătire, predispoziția și stilurile de învățare ale grupului de elevi cu care se lucrează.

La alegerea metodelor didactice se recomandă să se țină cont de următorii factori: scopul și obiectivele trasate; conținuturile stabilite; resursele didactice; nivelul de pregătire inițială și capacitățile elevilor, competențele ce trebuie dezvoltate.

În activitatea de predare-învățare a acestei discipline vor predomina metodele cu caracter activ-participativ care vor contribui la sporirea potențialului intelectual al elevilor. Se recomandă utilizarea a trei grupe de metode:

- a) Centrate pe acțiunea profesorului: discurs, prelegerea, descriere, explicație.
- b) Centrate pe acțiunea profesorului și elevilor: *dialog didactic argumentat, conversație euristică, discuție colectivă.*
- c) Centrate, cu precădere, pe acțiunea elevilor: *problematizarea, studiu de caz, situații de integrare, tema de cercetare, jocul de rol, argumentarea și contraargumentarea.*

În contextul digitalizării procesului educațional vor fi valorificate instrumentele Google.

Studiile individuale pot fi încărcate pe platforme online, inclusiv MOODLE, Google Classroom.

La proiectarea didactică de lungă și scurtă durată profesorul se va ghida de prezentul curriculum, atât la compartimentul competențe, cât și la conținuturile recomandate.

X. Sugestii 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.

Evaluarea este o componentă a procesului instructiv-educativ. Rezultatele învățării nu pot fi cunoscute, dar mai ales interpretate, apreciate și explicate, decât în strânsă legătură cu evaluarea activității care le-a produs. Prin evaluare se determină măsura în care au fost formate competențele specifice unității de curs *S.07.O.025 Activitatea comercială*. Aceasta se va desfășura atât în cadrul seminarelor și orelor practice, cât și în cadrul orelor de studiu individual. Diversitatea metodelor și strategiilor de evaluare ne permite să elaborăm diverse mixuri de evaluare a cunoștințelor, abilităților, atitudinilor elevilor.

Evaluarea curentă/formativă se va realiza prin diverse modalități: gradul de implicare a elevilor în dezbaterile colective, analiza rezultatelor activității elevului, discuția/conversația, prezentarea sarcinilor individuale de activitate. Prin evaluarea curentă/formativă, cadrele didactice informează elevul despre nivelul de performanță; îl motivează să se implice în dobândirea competențelor profesionale.

Evaluările tematice vor fi realizate sub formă de teste de evaluare elaborate de către profesor în conformitate cu rigorile metodologice. În cadrul evaluării curente profesorul se va axa pe utilizarea următoarelor modalități de evaluare: prezentarea în plen a sarcinilor date pentru acasă și în clasă, analiza studiilor de caz, problematizarea, testele, prezentarea proiectelor individuale etc. În cadrul studiilor individuale elevii vor fi evaluați elaborând prezentări, rapoarte de analiză, analizând studiile de caz.

Produsele recomandate pentru evaluarea nivelului de dezvoltare a competențelor sunt prezentate în tabelul următor:

Nr. d/o	Produse pentru măsurarea competenței	Criterii de evaluare a produselor
1.	Harta noțională	• Punerea în evidență a subiectului general • Elaborarea corectă a tabelii (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.	Proiectul	- Validitatea proiectului - gradul in care acesta acoperă unitar si coerent, logic si argumentat tema propusa - Completitudinea proiectului - felul in care au fost evidențiate conexiunile si perspectivele interdisciplinare ale temei, competentele si abilitățile de ordin teoretic si practic si maniera in care acestea servesc conținutului științific - Elaborarea si structura proiectului - acuratețea, rigoarea si coerenta demersului științific, logica si argumentarea ideilor, corectitudinea concluziilor - Calitatea materialului folosit in realizarea proiectului, bogăția si varietatea surselor de informare, relevanta si actualitatea acestora, semnificația datelor colectate s.a. - Creativitatea - gradul de noutate pe care-l aduce proiectul în abordarea temei sau in soluționarea problemei
3.	Referatul	- Coresponderea referatului temei - Profundimea și completitudinea dezvoltării temei - Adecvarea la conținutul surselor primare - Coerența și logica expunerii - Utilizarea dovezilor din sursele consultate - Gradul de originalitate și de noutate - Nivelul de erudiție - Modul de structurare a lucrării - Justificarea ipotezei legate de tema referatului - Analiza in detaliu a fiecărei surse de documentare
4.	Studiul de caz	- Corectitudinea interpretării studiului de caz propus - Calitatea soluțiilor, ipotezelor propuse, argumentarea acestora - Coresponderea 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 - Noutatea și valoarea științifică a informației - 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) - Aprecieria critică, judecată personală a elevului - Corectitudinea interpretării studiului de caz propus - Calitatea soluțiilor, ipotezelor propuse, argumentarea acestora - Corectitudinea lingvistică a formulărilor - Rezolvarea corectă a problemei, asociate studiului analizat de caz
5.	Diapozitivul PPT	- Aspectele de diapozitiv conțin formatare, poziționare și substituenți pentru tot conținutul care apare pe diapozitiv. - Substituenții sunt containerele din aspecte care adăpostesc conținut precum text (inclusiv text corp, liste cu marcatori și

		titluri), tabele, diagrame, ilustrații SmartArt, filme, sunete, imagini și clip grafic. • Un aspect conține și tema (culori tematice, fonturi tematice, efecte tematice și fundalul) unui diapozitiv.
6.	Posterul	• Un poster este o coală mare de hârtie imprimată ce se lipește pe un perete, pe suprafețe ale structurilor de reclamă stradală sau pe o suprafață verticală. În mod obișnuit posterele sunt compuse atât din elemente grafice cât și din text, deși un poster poate fi complet grafic sau complet compus din text. • Titlul: trebuie să fie scurt și interesant; vizibil de la distanță. • Scrierea: trebuie să fie suficient de mare și de lizibilă. Dacă folosești un computer, nu folosi prea multe fonturi. Scrie propoziții scurte, care sunt vizibile de la distanță. • Imagini, fotografii, grafice: acestea ar trebui să susțină ceea ce ai de spus și să facă posterul interesant. Limitează-te la câteva imagini care impresionează. • Prezentare: unde vei poziționa titlurile, simbolurile, marcatorii, căsuțele, fotografiile și imaginile? Fă o schiță a posterului înainte de a începe. • Pune împreună totul cu atenție: posterul ar trebui să completeze formatul ales dar ar trebui să nu fie înghesuit.
7.	Tabelul	• O foaie cuprinzând nume, cifre și date, introduse în rubrici cu specificații amănunțite, pentru a servi unui anumit scop • Această reprezentare grafică permite a se introduce text, date, formule etc. (conținut variat) și clasarea informației pe rubrici. • Gradul de complexitate al tabelului este determinat de numărul de coloane, rubrici
8.	Schemă	• Reprezentarea grafică simplificată a elementelor sau caracteristicilor structurii unui aparat, ale unei mașini, ale unei instalații, ale unui proces etc. • Reprezentarea grafică a schemelor este determinată de tipul de schemă, dependent de numărul elementelor de conținut și relațiile pe care le stabilesc acestea • Elaborarea unei scheme determină elevul să fie atent la: ordonarea conținutului în pagină, conexiunea între blocurile de conținut (prin linii sau săgeți), direcția săgeților, culoarea blocurilor de conținut, mărimea caracterelor etc.
9.	Harta conceptuală	• Reprezintă graficul relațiilor dintre concepte/idei și ajută la organizarea și structurarea informației, pregătirea pentru o prezentare, planificarea unui proiect etc.
10.	Diagrama	• Mod de reprezentare concentrată a datelor într-o manieră clară și simplă • Oferă elevilor posibilitatea de a vizualiza evoluția datelor conform unui model, consemnarea unor date pe axa timpului, compararea între două sau mai multe mărimi
11.	Desen	• Redarea esenței subiectului în cauză • Relevanța elementelor grafice utilizate • Gradul de transmitere a mesajului • Corespunderea concepției, stilului, așezării în pagină și a design-ului grafic, mesajului de transmis • Creativitatea, originalitatea și capacitatea de a ilustra, prin forme și culori, prin poziționarea compoziției în transmiterea

		mesajului preconizat • Impactul vizual și comunicativ
--	--	--

XI. Resursele necesare pentru desfășurarea procesului de studii

Resursele necesare pentru desfășurarea procesului de studii vor constitui:

1. Sală de curs echipată cu tablă sau proiector multimedia.
2. Notebook cu Office instalat pentru PPT și conectare la internet sau Wi-Fi.
3. Mobilier adecvat particularităților de vârstă ale elevilor.

Materiale didactice: acte normative în vigoare, suport de curs, caiete de lucru, fișe cu sarcini, hârtie A4, cretă.

XII. Resursele didactice recomandate elevilor

Nr. crt.	Denumirea resursei	Locul în care poate fi consultată/ accesată/ procurată resursa
1	Nița V., Cordoneanu Agheorghiesei D., Merckandising. Iași: Ed.Tehnopress, 2008	Bibliotecă
2	Octavia M., Tehnologii comerciale. București: ed. Expert, 2002	Bibliotecă
3	Patriche D., Stanescu I. Bazele comerțului. București: Ed. Economica, 1999	Bibliotecă
4	Pitușcan F., Scutaru A., Organizarea și tehnologia comerțului. Chișinău: Ed. UCCM, 2015	Bibliotecă
5	Ristea Ana Lucia, Tudose C. Tehnologii comerciale. București: Ed. Expert, 1996	Bibliotecă
6	Ristea Ana Lucia. Distribuția mărfurilor. București: 1996.	Bibliotecă
7	Șavga L., Sitnicenco V., Organizarea și tehnologia comerțului. Chișinău: Ed. UCCM, 2016	Bibliotecă
8	Vasile D., A vinde cu succes. Buzău: Ed. ALPHA, 2002.	Bibliotecă
9	Legea "cu privire la comerțul interior" , nr. 231 din 23.09.2010 , Monitorul Oficial nr.206-209/681 din 22.10.2010	Bibliotecă digitală
10	Legea "cu privire la vânzarea de mărfuri", nr.134 din 03.06.1994, publicat în Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr 16-17, art. 177	Bibliotecă digitală
11	Legea "privind protecția consumatorilor", nr. 105-XV din 13.03.2003 , republicat: Monitorul Oficial al R.Moldova nr.176 181/513 din 21.10.2011, Monitorul Oficial al R.Moldova nr.126-131/507 din 27.06.2003	Bibliotecă digitală
12	Legea "cu privire la secretul comercial", nr. 171 din 06.07.1997.	Bibliotecă digitală
13	Strategiei de dezvoltare a comerțului interior pentru anii 2013 – 2020 în Republica Moldova	Bibliotecă digitală