



Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova

Colegiul Național de Comerț al ASEM

Aprob:

Directorul Colegiului Național de Comerț al ASEM,

Budurin-Burculiță C.

2023

Curriculum disciplinar

F.02.O.009 Bazele comerțului

Programul de formare profesională tehnică: 41410 Marketing

Calificarea: 332201 Agent de vânzări

Numărul de credite – 2

2023

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 Irina

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

proces verbal nr. 03 din 18 octombrie 2023

Șef catedră  Nicolai Svetlana

Autori:

Sadovici Oxana, gradul didactic întâi, Colegiul Național de Comerț al ASEM

Șchiopu Ana, gradul didactic doi, Colegiul de Industrie Ușoară or. Bălți

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 unității de curs 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.....	7
VII. Studiu individual ghidat de profesor.....	8
VIII. Lucrările practice recomandate.....	9
IX. Sugestii metodologice.....	9
X. Sugestii de evaluare a competențelor profesionale.....	11
XI. Resursele necesare pentru desfășurarea procesului de studii.....	13
XII. Resursele didactice recomandate elevilor.....	13

I. Preliminarii

Curriculumul disciplinar la unitatea de curs **F.02.O.009 Bazele comerțului** este un document normativ și obligatoriu pentru realizarea procesului de pregătire a elevilor programului de formare profesională **41410 Marketing**, calificarea **332201 Agent de vânzări** în învățământul profesional tehnic postsecundar și postsecundar nonterțiar.

Scopul studierii acestei unități de curs constă în formarea și dezvoltarea competențelor de a organiza afaceri și strategiile în marketing, de aceea, este o necesitate, ca cei care studiază și vor lucra în acest domeniu, să cunoască relațiile dintre comerț și marketing, să caracterizeze rolul, funcțiile unităților comerciale en-gross și cu amănuntul, utilitatea depozitelor. Formarea deprinderilor profesionale constituie obiectivul dominant al fiecărei ore, realizarea căruia se va asigura printr-un proces educativ continuu, care începe în colegiu și va continua pe parcursul vieții fiecărui elev.

II. Motivația, utilitatea unității de curs pentru dezvoltarea profesională

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

Studierea unității de curs F.02.O.009 Bazele comerțului va contribui la formarea și dezvoltarea de competențe profesionale ce corespund nivelului patru de calificare:

- cunoștințe și principii generale din domeniul comerțului, organizarea și funcționarea comerțului pe piață;
- abilități cognitive și practice necesare pentru distingerea canalelor de distribuție și particularitățile acestora;
- analiza posibilităților de dezvoltare a fiecărui tip de comerț.

Unitatea de curs **F.02.O.009 Bazele comerțului** se centrează pe dezvoltarea abilităților profesionale necesare specialiștilor ce activează în comerț, oferind o bază solidă de cunoștințe și aptitudini din domeniul produselor alimentare și nealimentare și servicii. Ea familiarizează viitorii specialiști cu toate noțiunile legate de comerț, legislația în vigoare. La studierea unității de curs elevii dobândesc cunoștințe teoretice și practice necesare activității lor curente și contribuie la formarea profesională, asigură elevilor baza înțelegerii activității economice în cadrul unităților comerciale ca un ansamblu de structuri și procese în continuă schimbare și adaptare la cerințele pieței. De asemenea studiază rolul comerțului în economia națională, dar și cea mondială.

Competențele formate și dezvoltate în cadrul unității de curs vor fi necesare pentru studierea unităților de curs orientate spre activitatea practică la întreprinderile de comerț după cum urmează:

S.03.O.018 Organizarea și tehnologia comerțului

S.05.O.019 Merceologia mărfurilor alimentare și nealimentare

III. Competențele profesionale specifice unității de curs

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

Nr.	Competențe specifice unității de curs	Unități de competență
1.	CS.1 Interpretarea realității prin mijloace și limbaje specifice, manifestând interes pentru dezvoltarea comerțului în ansamblul economiei naționale	UC.1.1 Identificarea importanței comerțului interior în ansamblul economiei naționale UC.1.2 Definirea noțiunii de comerț UC.1.3 Caracterizarea funcțiilor comerțului UC.1.4 Descrierea atribuțiilor comerciantului UC.1.5 Studiarea reglementării de către stat a comerțului
2.	CS.2 Justificarea organizării adecvate a comerțului cu ridicata, comerțului cu amănuntul și a distribuției	UC.2.1 Definirea locului și rolului comerțului cu ridicata în distribuția mărfurilor UC.2.2 Conturarea tipologiei comerțului cu ridicata UC.2.3 Evaluarea conținutului activității comerțului cu amănuntul UC.2.4 Determinarea și caracterizarea tipurilor de unități de comerț cu amănuntul și sectoarelor activității comerciale cu amănuntul UC.2.5 Diagnosticarea tipurilor de canale de distribuție
3.	CS.3 Aplicarea cunoștințelor despre conținutul, tipurile serviciilor, inclusiv alimentația publică în asigurarea calității deservirii cumpărătorilor	UC.3.1 Determinarea rolului serviciilor comerciale, inclusiv alimentație publică în asigurarea calității deservirii cumpărătorilor UC.3.2 Identificarea conținutului și particularităților alimentației publice
4.	CS.4 Elaborarea strategiilor și proiectarea activităților pentru realizarea relațiilor eficiente și durabile în relațiile cu producătorii	UC.4.1 Determinarea conținutului relațiilor cu producătorii UC.4.2 Identificarea formelor relațiilor cu producătorii
5.	CS.5 Identificarea preocupărilor manageriale referitor la sistemul de relații comerț-consumator	UC.5.1 Justificarea conținutului și locului relației comerț-consumator UC.5.2 Cunoașterea domeniilor principale în cadrul de dialogare cu consumatorii UC.5.3 Analiza comportamentului consumatorului în relația comerț – consumator

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.009	Bazele comerțului	II	60	18	12	30	Examen	2

V. Unitățile de învățare

Unități de competență	Unități de conținut
1. Locul, rolul și importanța comerțului în economia națională	
UC1.1 Identificarea importanței comerțului interior în ansamblul economiei naționale UC1.2 Definirea noțiunii de comerț UC1.3 Caracterizarea funcțiilor comerțului UC1.4 Descrierea obligațiilor, restricțiilor și prerogativelor comercianților UC1.5 Studierea reglementării de către stat a comerțului	1.1 Comerțul: definire, istoric, conținut, funcții 1.1.1 Definirea noțiunii de comerț 1.1.2 O succintă abordare istorică 1.1.3 Conținutul activității de comerț 1.1.4 Funcțiile comerțului 1.2 Actele de comerț 1.3 Comerciantul 1.3.1 Definirea noțiunii de comerciant 1.3.2 Restricțiile cu privire la libertatea de a exercita diverse activități comerciale 1.3.3 Obligațiile și prerogativele
2. Distribuția mărfurilor	
UC2.1 Definirea locului și rolului comerțului cu ridicata în distribuția mărfurilor UC2.5 Diagnosticarea tipurilor de canale de distribuție	2.1 Conținutul, rolul și funcțiile distribuției mărfurilor 2.2 Tipologia canalelor de distribuție 2.3 Circuite de distribuție pentru bunurile de consum individual, produse de utilizare în producție, produse agricole și servicii
3. Comerț cu ridicata	
UC2.1 Definirea locului și rolului comerțului cu ridicata în distribuția mărfurilor UC2.2 Conturarea tipologiei comerțului cu ridicata	3.1 Conținutul activității și rolul economic al comerțului cu ridicata 3.2 Funcțiile comerțului cu ridicata 3.3 Tipologia activității comerciale cu ridicata
4. Comerț cu amănuntul	
UC2.3 Evaluarea conținutului activității comerțului cu amănuntul UC2.4 Determinarea și caracterizarea tipurilor de unități de comerț cu amănuntul și sectoarelor activității comerciale cu amănuntul	4.1 Conținutul activității, rolul economic și funcțiile comerțului cu amănuntul 4.2 Tipologia activității comerciale cu amănuntul 4.3 Sectorizarea activității comerciale cu amănuntul
5. Serviciile comerciale, inclusiv alimentația publică	
UC3.1 Determinarea rolului serviciilor comerciale, inclusiv alimentație publică în asigurarea calității servirii cumpărătorilor UC3.2 Identificarea conținutului și particularităților alimentației publice	5.1 Conținutul și particularitățile alimentației publice 5.2 Conținutul serviciilor comerciale 5.3 Locul serviciilor comerciale în cadrul comerțului actual 5.4 Tipologia serviciilor comerciale
6. Relația comercianților cu producătorii	
UC4.1 Determinarea conținutului relațiilor cu producătorii UC4.2 Identificarea formelor relațiilor cu producătorii	6.1 Conținutul relațiilor comercianților cu producătorii 6.2 Formele relațiilor cu producătorii 6.2.1 Negocierea-atribut al schimbului

	6.2.2 Relații precontractuale 6.2.3 Relații contractuale 6.2.4 Relațiile postcontractuale
7. Relațiile comerțului cu consumatorii	
UC5.1 Identificarea preocupărilor manageriale referitor la sistemul de relații comerț-consumător UC5.2 Cunoașterea domeniilor principale în cadrul de dialogare cu consumatorii UC5.3 Analiza comportamentului consumatorului în relația comerț – consumator	7.1 Locul relațiilor cu consumatorii în activitatea comercială 7.2 Conținutul relațiilor cu consumatorii 7.3 Baza motivațională a relațiilor comerț – consumator

VI. Repartizarea orientativă a orelor pe unitățile de învățare

Nr. d/o	Unități de învățare	Numărul de ore			
		Total	Contact direct		Studiul individual
			Teorie	Practică	
1.	Locul, rolul și importanța comerțului în economia națională	10	4	2	4
2.	Distribuția mărfurilor	8	2	2	4
3.	Comerț cu ridicata	8	2	2	4
4.	Comerț cu amănuntul	10	2	2	6
5.	Serviciile comerciale, inclusiv alimentația publică	10	4	2	4
6.	Relația comercianților cu producătorii	8	2	2	4
7.	Relațiile comerțului cu consumatorii	6	2	-	4
	Total	60	18	12	30

VII. Studiul individual ghidat de profesor

Materii pentru studiul individual	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Termenii de realizare
1. Locul, rolul și importanța comerțului în economia națională			
1.1 Dezvoltarea și evoluția comerțului în Republica Moldova 1.2 Sfera activităților și actelor de comerț 1.3 Comerciantul. Statut, restricții, obligații și prerogative	Eseu Referat Referat	Prezentarea produsului	Săptămâna 2
2. Distribuția mărfurilor			
2.1 Mutații în structurile interne ale distribuției 2.2 Modalități de distribuție ale produselor agricole 2.3 Modalități de distribuție ale serviciilor către populație	Referat Proiect PPT Eseu	Prezentarea produsului	Săptămâna 4

Materii pentru studiul individual	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Termenii de realizare
3. Comerț cu ridicata			
3.1 Tendința în evoluția comerțului cu ridicata	Proiect PPT	Prezentarea	Săptămâna 6
3.2 Rolul comerțului cu ridicata în circuitul comercial	Referat	PPT-ului	
4. Comerț cu amănuntul			
4.1 Tendințe în evoluția comerțului cu amănuntul pe plan mondial	Proiectul individual	Prezentarea produsului	Săptămâna 8
4.2 Factorii de influență a evoluției comerțului cu amănuntul pe plan mondial	Referat		
5. Serviciile comerciale, inclusiv alimentația publică			
5.1 Tipologia unităților de alimentație publică	Referat	Prezentarea	Săptămâna 10
5.2 Locul serviciilor comerciale în cadrul comerțului actual	Proiect PPT	produsului	
6. Relația comercianților cu producătorii			
6.1 Analiza etapelor în relațiile comerțului cu producătorii	Proiect PPT	Prezentarea	Săptămâna
6.2 Contractul - garant al siguranței în relațiile comercianților cu producătorii	Proiectul individual	produsului	12
7. Relațiile comerțului cu consumatorii			
7.1 Influența relației cu consumatorii asupra vânzărilor	Proiect PPT	Prezentarea	Săptămâna
7.2 Formele de dialog cu consumatorii	Referat	PPT-ului	14

VIII. Lucrările practice recomandate

Nr. d/o	Unitățile de învățare	Lista lucrărilor practice	Ore
1.	Locul, rolul și importanța comerțului în economia națională	Lucrarea practică nr.1 Studierea legii Nr. 231 din 23.09.2010 ”cu privire la comerțul interior”	2
2.	Distribuția mărfurilor	Lucrarea practică nr.2 Analiza canalelor de distribuție utilizate de către diferite unități comerciale	2
3.	Comerț cu ridicata	Lucrarea practică nr.3 Analiza activității de comerț cu ridicata a unei întreprinderi concrete	2
4.	Comerț cu amănuntul	Lucrarea practică nr.4 Studierea Hotărârii nr. 931 „Cu privire la desfășurarea comerțului cu amănuntul”	2
5.	Serviciile comerciale, inclusiv alimentația publică	Lucrarea practică nr.5 Studierea serviciilor comerciale în cadrul diferitor întreprinderi	2

6.	Relația comercianților cu producătorii	Lucrarea practică nr.6 Analiza clauzelor obligatorii într-un contract	2
Total			12

IX. Sugestii metodologice

Curriculumul *F.02.O.009 Bazele 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. Formarea pe module asigură mobilitate și sporește șansele de avansare profesională pe piața muncii. Caracterul disciplinar a unității de curs *F.02.O.009 Bazele comerțului* asigură receptivitate la schimbările de pe piața muncii și flexibilitate în structurarea ofertelor de instruire pentru diverse categorii de beneficiari.

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

Elaborarea curriculumului disciplinar a unității de curs *F.02.O.009 Bazele comerțului* permite predarea eșalonată a conținuturilor, prin urmărirea predării anumitor teme.

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

- sinteză
- evaluare
- activități practice

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

Accentul se va pune pe stimularea gândirii critice, pe dinamizarea procesului de învățare, pe formarea de competențe profesionale specifice agentului de vânzări, ce vor asigura absolvenților șanse sporite de angajare în câmpul muncii și oportunități de realizare profesională.

În procesul de instruire orientat spre formarea competențelor profesionale la unitatea de curs *F.02.O.009 Bazele comerțului*, vor fi aplicate metodele de predare-învățare ce asigură dezvoltarea și consolidarea celor trei componente ale competențelor: cunoștințe, abilități și atitudini.

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.

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

- individualizarea și creșterea treptată a nivelului de complexitate a sarcinilor propuse fiecărui elev în funcție de progresul acestuia;
- stabilirea unor sarcini deschise, pe care elevii să le abordeze la niveluri diferite de complexitate;
- diferențierea sarcinilor în funcție de abilități, pentru indivizi sau pentru grupuri diferite;
- prezentarea sarcinilor în mai multe moduri (explicație orală, text scris, conversație, grafic);
- utilizarea unor metode active-interactive (învățare prin descoperire, învățare problematizată, învățare prin cooperare, joc de rol, simulare).

X. Sugestii de evaluare a competențelor profesionale

Activitățile de evaluare la unitatea de curs **F.02.O.009 Bazele 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.

Forma de evaluare conform planului de învățământ la unitatea de curs **F.02.O.009 Bazele comerțului** este **examen**. Pentru a eficientiza procesele de evaluare, înainte de a demara evaluările propriu-zise, se va aduce cunoștința elevilor tematica unităților de conținut, modul de evaluare (baremul/grilă/criterii de notare) și condițiile de realizare a fiecărei evaluări.

Produse recomandate pentru evaluarea nivelului de dezvoltare a competențelor cognitive

Nr. d/o	Produse pentru măsurarea competențelor	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.	Argumentare orală	Corespunderea formulărilor temei Selectarea și structurarea logică a argumentelor în corespundere Produse pentru măsurarea competenței Criterii de evaluare a produselor cu tezele puse în discuție Apelarea la propria experiență în argumentarea tezelor puse în discuție Utilizarea unui limbaj adecvat și bogat, respectarea normelor literare Utilizarea corectă și adecvată a mijloacelor orale de exprimare (intonația, gesturile, vocabularul etc.)
3.	Proiectul	Validitatea proiectului - gradul în care acesta acoperă unitar și coerent, logic și argumentat tema propusă Completitudinea proiectului - felul în care au fost evidențiate conexiunile și perspectivele interdisciplinare ale temei, competențele și abilitățile de ordin teoretic și practic și maniera în care acestea servesc conținutului științific Elaborarea și structura proiectului - acuratețea, rigoarea și coerenta demersului științific, logica și argumentarea ideilor, corectitudinea concluziilor Calitatea materialului folosit în realizarea proiectului, bogăția și varietatea surselor de informare, relevanța și actualitatea acestora, semnificația datelor colectate ș.a. Creativitatea - gradul de noutate pe care-l aduce proiectul în abordarea temei sau în soluționarea problemei
4.	Referatul	Corespunderea referatului temei Profunzimea 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 în detaliu a fiecărei surse de documentare
5.	Studiul de caz	Corectitudinea interpretării studiului de caz propus Calitatea soluțiilor, ipotezelor propuse, argumentarea acestora 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 Completitudinea informației și coerența între subiect și documentele studiate Capacitatea de analiză și de sinteză a documentelor, adaptarea conținutului Originalitatea studiului, a formulării și a realizării Personalizarea (să nu fie lucruri copiate) Aprecierea critică, judecată personală a elevului Corespunderea soluțiilor, ipotezelor propuse pentru rezolvarea adecvată a cazului analizat Rezolvarea corectă a problemei, asociate studiului analizat de caz

6.	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.
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

XI. Resursele necesare pentru desfășurarea procesului de studii

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

Cerințele față de atelierul de lucru: Câte un loc pentru fiecare elev, dotat cu: fișe de lucru, legi, hotărâri

XII. Resursele didactice recomandate elevilor

Nr. d/o	Denumirea resurselor	Locul în care poate fi consultată/ accesată/ procurată resursa
1.	PATRICHE DUMITRU, Bazele comerțului, București, Editura economică, 1999	Biblioteca http://www.biblioteca-digitală.ase.ro/biblioteca/carte .
2.	PISTOL GHEORGHE, PISTOL LUMINIȚA, Comerțul interior. Teoria și practică, București, Editura Economică, 2004.	Biblioteca
3.	PISTOL GHEORGHE, Bazele comerțului, București, Editura Fundației România de Măine, 2004	Biblioteca
4	Legea nr.231 cu privire la comerțul interior.	www.mec.gov.md/ro/.../legea-nr-231-din-23092010-cu-privire-la-comertul-interior
5.	Legea nr.105 din 13.03.2003 cu privire la protecția consumatorilor din 25 mai 1993	lex.justice.md/viewdoc.php?action=view&view=doc&id=340558&lang=1
6.	HOTĂRÎRE Nr. 931 din 08.12.2011 cu privire la desfășurarea comerțului cu amănuntul	https://www.legis.md/cautare/ru/1082