



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 modular

S.03.O.018 Organizarea și tehnologia comerțului

Programul de formare profesională tehnică: 41410 Marketing

Calificarea: 332201 Agent de vânzări

Numărul de credite – 3

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 decembrie 2023

Șef catedră  Nicolai Svetlana

Autor:

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

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.....	11
X.	Sugestii de evaluare a competențelor profesionale.....	12
XI.	Resursele necesare pentru desfășurarea procesului de studii.....	14
XII.	Resursele didactice recomandate elevilor.....	15

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 modular *S.03.O.018 Organizarea și tehnologia comerțului* este un document normativ și obligatoriu pentru realizarea procesului de pregătire a viitorului agent de vânzări 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 *S.03.O.018 Organizarea și tehnologia comerțului* constă în:

- administrarea și dezvoltarea portofoliului de clienți și de furnizori autohtoni și străini,
- însușirea procedeeleor 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.

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

U.01.O.005 Bazele legislației

S.01.A.032 Baza tehnico-materială a întreprinderii

F.02.O.009 Bazele comerțului

S.02.A.034 Merchandising

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 de vânzări, în special, în activitățile cerute la locul de muncă în cadrul unităților de comerț cu ridicata și cu amănuntul.

III. Competențele profesionale specifice modulului

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	UC.1.1 Descrierea conținutului actului legislativ normativ UC.1.2 Operarea cu noțiuni de specialitate din domeniul comerțului UC.1.3 Definirea noțiunilor specifice domeniului de activitate UC.1.4 Selectarea unităților comerciale cu ridicata și cu amănuntul în baza Nomenclatorului – tip UC.1.5 Enumerarea regulilor specifice de desfășurare a comerțului cu amănuntul și cu ridicata
1.	CS.2 Organizarea activității comerțului cu ridicata și amănuntul	UC.2.1 Descrierea etapelor de dezvoltare a comerțului UC.2.2 Determinarea rolului, funcțiilor și conținutului activității de comerț cu ridicata și cu amănuntul UC.2.3 Identificarea canalelor de distribuție UC.2.4 Delimitarea sectoarelor comerțului cu amănuntul
2.	CS.3 Planificarea și organizarea proceselor tehnologice comerciale	UC.3.1 Organizarea judicioasă a achiziționării de mărfuri accelerând viteza de circulație a mărfurilor și

	specifice locului de muncă	optimizarea stocurilor de mărfuri UC.3.2 Organizarea procesului de recepționare a mărfurilor conform cantității și calității UC.3.3 Examinarea documentelor necesare recepției mărfurilor după cantitate și calitate
3.	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 UC.4.2 Identificarea elementelor tehnico-construcative, funcționale și estetice care contribuie la crearea stilului particular, atractiv al magazinului UC.4.3 Operarea cu noțiuni din domeniul comerțului în diferite situații de vânzare, comunicare, manifestând interes, corectitudine în deservirea consumatorilor UC.4.4 Organizarea spațiului de vânzare UC.4.5 Descrierea sistemelor de amenajare a sălii comerciale

IV. Administrarea modului

Codul modulului	Denumirea modulului	Semestrul	Numărul de ore				Modalitatea de evaluare	Numărul de credite
			Total	Contact direct		Studiul individual		
				Teorie	Practică			
S.03.O.018	Organizarea și tehnologia comertului	I	90	36	24	30	Examen	3

V. Unitățile de învățare

Unități de competență	Unități de conținut	Abilități
1. Comerțul în economia contemporană		
UC.1.2 Operarea cu noțiuni de specialitate din domeniul comerțului UC.2.1 Descrierea etapelor de dezvoltare a comerțului UC.2.2 Determinarea rolului, funcțiilor și conținutului activității de comerț	1.1 Aspecte conceptuale privind comerțul 1.2 Repere istorice în evoluția comerțului 1.3 Rolul și funcțiile comerțului	A.1 Familiarizarea cu termenii de specialitate A.2 Identificarea etapelor de dezvoltare a comerțului A.3 Descrierea funcțiilor comerțului în raport cu producătorul și cu consumatorul
2. Organizarea comerțului cu ridicata și distribuția mărfurilor		
UC.1.1 Descrierea conținutului actului legislativ normativ UC.1.3 Definirea noțiunilor specifice domeniului de activitate UC.2.2 Determinarea rolului, funcțiilor și conținutului activității de comerț cu ridicata UC.2.3 Identificarea canalelor de distribuție	2.1 Rolul, funcțiile și canalele de distribuție a mărfurilor 2.2 Conținutul, rolul și funcțiile activității de comerț cu ridicata	A.1 Familiarizarea cu actele legislative specifice activității comerciale A.2 Identificarea rolului și a funcțiilor comerțului cu ridicata A.3 Descrierea dimensiunilor distribuției după lungime, lățime și adâncime
3. Organizarea proceselor comercial-tehnologice în unitățile de comerț cu ridicata		
UC.1.2 Identificarea termenilor de	3.1 Componentele secvențiale ale	A.1 Identificarea proceselor

specialitate UC.1.3 Definirea noțiunilor specifice domeniului de activitate UC.3.1 Identificarea proceselor tehnologice comerciale din cadrul unităților de comerț cu ridicata	procesului tehnologic dintr-un depozit angro 3.2 Organizarea procesului de recepționare a mărfurilor după cantitate și calitate 3.3 Tehnologia stocării, păstrării, pregătirii pentru expediere și livrării mărfurilor de la depozit	secundare și a celor principale din cadrul unității comerciale A.2 Descrierea procesului de recepționare a mărfurilor A.3 Completarea facturii fiscale A.4 Identificarea actelor ce atestă calitatea și cantitatea
4. Organizarea comerțului cu amănuntul		
UC.1.1 Descrierea conținutului actului legislativ normativ UC.1.3 Definirea noțiunilor specifice domeniului de activitate UC.2.4 Delimitarea sectoarelor comerțului cu amănuntul UC.1.4 Selectarea unităților comerciale cu amănuntul în baza Nomenclatorului – tip UC.1.5 Enumerarea regulilor specifice de desfășurare a comerțului cu amănuntul	4.1 Conceptul, rolul și funcțiile comerțului cu amănuntul 4.2 Sectorizarea comerțului cu amănuntul 4.3 Structura formelor de vânzare cu amănuntul 4.4 Clasificarea unităților de comerț cu amănuntul 4.5 Reguli specifice de desfășurare a comerțului cu amănuntul	A.1 Identificarea funcțiilor comerțului cu amănuntul A.2 Descrierea sectorului alimentar, nealimentar și alimentației publice A.3 Selectarea structurii formelor de vânzare în funcție de criteriile de clasificare A.4 Identificarea regulilor specifice de desfășurare a activității comerciale conform
5. Amplasarea unităților de comerț cu amănuntul		
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	A.1 Determinarea caracteristicilor socio-demografice și a celor economice ale unui punct de vânzare A.2. Stabilirea locului de amplasare a unui punct de vânzare
6. Designul punctelor de vânzare		
UC.4.2 Identificarea elementelor tehnico-construcive, funcționale și estetice care contribuie la crearea stilului particular, atractiv al magazinului	6.1 Designul exterior al magazinelor – imaginea magazinului 6.2 Designul interior al magazinului	A.1 Descrierea elementelor designului exterior și interior a suprafeței comerciale
7. Formele de vânzare		
UC.4.3 Operarea cu noțiuni din domeniul comerțului în diferite situații de vânzare, comunicare, manifestând interes, corectitudine în deservirea consumatorilor	7.1 Clasificarea formelor de vânzare 7.2 Vânzările de contact 7.3 Vânzările impersonale 7.4 Tehnici de vânzare destinate să atragă clientela	A.1 Descrierea metodelor de vânzare de contact și impersonale destinate să atragă clientela A.2. Identificarea tehnicilor de vânzare destinate să atragă clientela
8. Organizarea și tehnologia aprovizionării unităților comerciale		
UC.1.1 Descrierea conținutului actului legislativ normativ UC.3.1 Organizarea judicioasă a achiziționării de mărfuri, accelerând viteza de circulație a mărfurilor și optimizarea stocurilor	8.1 Noțiune, rol și esența aprovizionării cu mărfuri a unităților comerciale 8.2 Principiile și cerințele organizării procesului de aprovizionare	A1. Determinarea metodelor de aprovizionare a unităților de comerț cu ridicata și cu amănuntul A.2 Reflectarea principiilor și cerințelor de organizare a

de mărfuri	8.3 Formele și metodele de aprovizionare cu mărfuri 8.4 Sursele de aprovizionare și elaborarea rutelor, graficelor de aprovizionare	procesului de aprovizionare
9. Organizarea proceselor comercial – tehnologice în unitățile de comerț cu amănuntul		
UC.1.1 Descrierea conținutului actului legislativ normativ UC.3.2 Organizarea procesului de recepționare a mărfurilor conform cantității și calității UC.3.3 Examinarea documentelor necesare recepției mărfurilor după cantitate și calitate	9.1 Concept, componente secvențiale ale procesului tehnologic din cadrul unităților comerciale 9.2 Organizarea procesului de recepționare a mărfurilor după cantitate și calitate 9.3 Perfectarea documentelor ce atestă cantitatea și calitatea mărfurilor 9.4 Tehnologia păstrării și pregătirii mărfurilor pentru vânzare	A.1 Identificarea proceselor tehnologice comerciale din cadrul unităților de comerț cu ridicata și cu amănuntul A.2 Completarea documentelor ce atestă cantitatea de mărfuri (factura fiscală) A.3 Determinarea surselor de mărfuri, elaborarea rutelor, graficelor de aprovizionare
10. Organizarea spațiului de vânzare		
UC.1.2 Operarea cu noțiuni de specialitate din domeniul comerțului UC.4.4 Organizarea spațiului de vânzare UC.4.5 Descrierea sistemelor de amenajare a sălii comerciale	10.1 Definirea, importanța și efectele psihologice ale magazinului 10.2 Componentele principale ale suprafețelor comerciale 10.3 Forma și mărimea sălii de vânzare 10.4 Sisteme de amenajare a raioanelor	A.1 Elaborarea unui sistem de amenajare a raioanelor în magazin prin dispunerea în formă de grilă, în formă liberă, butic A.2 Implantarea raioanelor de mărfuri, utilizând rațional suprafețele disponibile, facilitând circuitul clienților

VI. Repartizarea orientativă a orelor pe unități de învățare

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

10.	Organizarea spațiului de vânzare	12	2	4	3
	Total	90	36	24	30

VII. Studiul individual ghidat de profesor

Materii pentru studiul individual	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Termeni de realizare
1. Comerțul în economia contemporană			
1.1 Studierea Legii nr. 231 din 23.09.2010 „Cu privire la comerțul interior”	PPT Harta conceptuală	Prezentarea studiului	Săptămâna 1
2. Organizarea comerțului cu ridicata și distribuția mărfurilor			
2.1 Determinarea canalelor de distribuție	Harta conceptuală	Prezentarea studiului	Săptămâna 2
2.2 Identificarea tipurilor de distribuitori	Proiectul Schema	Prezentarea studiului	Săptămâna 3
3. Organizarea proceselor comercial-tehnologice în unitățile de comerț cu ridicata			
4.1 Identificarea metodelor de aranjare a mărfurilor la păstrare în depozitele de marfă	Studiul de caz PPT Schema	Prezentarea studiului	Săptămâna 4
4. Organizarea comerțului cu amănuntul			
3.1 Selectarea unităților comerciale ce activează în or. Chișinău sau pe teritoriul Republicii Moldova în baza Nomenclatorului - tip	PPT Harta conceptuală Studiul de caz	Prezentarea studiului	Săptămâna 5
5. Amplasarea unităților de comerț cu amănuntul			
4.1 Evaluarea amplasamentului unui punct de vânzare	Studiul de caz PPT Schema	Prezentarea studiului	Săptămâna 6
6. Designul punctelor de vânzare			
5.1 Crearea unei identități memorabile prin design	Studiul de caz PPT Desen	Prezentarea studiului	Săptămâna 7 Săptămâna 8
7. Formele de vânzare			
6.1 Selectarea formelor de vânzări practicate în unitățile comerciale	Harta conceptuală Studiul de caz PPT	Prezentarea studiului	Săptămâna 9 Săptămâna 10
8. Organizarea și tehnologia aprovizionării unităților comerciale			
8.1 Reflectarea principiilor, cerințelor, metodelor și formelor, graficelor și rutelor de organizare a procesului de aprovizionare	Harta conceptuală Studiul de caz PPT	Prezentarea studiului	Săptămâna 11

Materii pentru studiul individual	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Termeni de realizare
9. Organizarea proceselor comercial – tehnologice în unitățile de comerț cu amănuntul			
9.1 Examinarea documentelor necesare recepției mărfurilor 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 Acte legislative Tabel	Prezentarea studiului	Săptămâna 12 Săptămâna 13
10. Organizarea spațiului de vânzare			
10.1 Dispunerea sistemelor de amenajare a raioanelor în cadrul sălii comerciale 10.2 Localizarea raioanelor în sala comercială	Studiul de caz Schemă	Prezentarea studiului	Săptămâna 14

VIII. Lucrările practice recomandate

Nr. d/o	Unități de învățare	Lista lucrărilor practice	Ore
1.	Comerțul în economia contemporană	Lucrare practică nr.1 Studierea Legii nr. 231 din 23.09.2010 „Cu privire la comerțul interior”	2
2.	Organizarea proceselor comerciale-tehnologice în unitățile de comerț cu ridicata	Lucrare practică nr.2 Redarea creativă a proceselor tehnologice din cadrul comerțului cu ridicata	2
3.	Organizarea comerțului cu amănuntul	Lucrare practică nr.3 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	Lucrare practică nr.4 Evaluarea aspectului exterior al unei unități comerciale	2
		Lucrare practică nr.5 Evaluarea aspectului interior al unei unități comerciale	2
5.	Formele de vânzare	Lucrare practică nr.6 Analizarea sistemului AIDAS	2
6.	Organizarea și tehnologia aprovizionării unităților comerciale	Lucrare practică nr.7 Determinarea principiilor și cerințelor organizării procesului de aprovizionare	2
7.	Organizarea proceselor comerciale – tehnologice în unitățile de comerț	Lucrare practică nr.8 Analizarea Hotărârii Guvernului Nr.1068 din 20.10.2000 cu privire la recepționarea mărfurilor conform cantității și calității în Republica Moldova, publicat: 27.10.2000 în Monitorul Oficial Nr. 137	2
		Lucrare practică nr.9 Examinarea actelor legislative ce atestă	2

		cantitatea mărfurilor recepționate de la furnizor sau producător	
		Lucrare practică nr.10 Examinarea actelor legislative ce atestă calitatea mărfurilor recepționate de la furnizor sau producător	2
8.	Organizarea spațiului de vânzare	Lucrare practică nr.11 Analizarea sistemelor de amenajare din cadrul unităților comerciale	2
		Lucrare practică nr.12 Analiza fluxurilor de circulație în cadrul sălii comerciale: avantaje, dezavantaje	2
	În total		24

IX. Sugestii metodologice

Unitatea de curs **S.03.O.018 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 **S.03.O.018 Organizarea și tehnologia comerțului** asigură receptivitate la schimbările de pe piața muncii și flexibilitate în structurarea ofertelor de instruire pentru diverse categorii de beneficiari.

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*. Se vor promova metode activ – participative, centrate pe elev, care dezvoltă gândirea, încurajează participarea elevilor, dezvoltă creativitatea și realizează o comunicare multidirecțională.

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, studiul de caz (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;

- 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. Varietatea metodelor de predare/învățare/evaluare va asigura asimilarea mai lesne a materiei și servește ca instrument de stimulare a interesului elevilor față de unitatea de curs. Studiul individual ghidat de profesor va fi realizat pentru fiecare unitate de conținut, propunându-le elevilor în acest scop sarcini individualizate.

X. Sugestii de evaluare a competențelor profesionale

Activitățile de evaluare la unitatea de curs **S.03.O.018 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. Axarea procesului de învățare/predare/evaluare pe competente presupune efectuarea evaluării pe parcursul întregului proces de instruire structurată în trei tipuri de evaluări: *inițială, formativă și sumativă*. Forma de evaluare conform planului de învățământ la unitatea de curs **S.03.O.018 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.

Produsele recomandate pentru evaluarea nivelului de dezvoltare a competențelor cognitive

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 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, competentele și abilitățile de ordin teoretic și practic și maniera în care acestea servesc conținutului științific • Elaborarea și structura proiectului - acuratețea, rigoarea și coerența demersului științific, logica și argumentarea ideilor, corectitudinea concluziilor

		• Calitatea materialului folosit 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 in abordarea temei sau in soluționarea problemei
3.	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 in detaliu a fiecărei surse de documentare
4.	Studiul de caz	• Corectitudinea interpretării studiului de caz propus • Calitatea soluțiilor, ipotezelor propuse, argumentarea acestora • Corespunderea soluțiilor, ipotezelor propuse pentru rezolvarea adecvată a cazului analizat • Corectitudinea lingvistică a formulărilor • Utilizarea adecvată a terminologiei în cauză • Rezolvarea corectă a problemei, asociate studiului analizat de caz • Punerea în evidență a subiectului, problematicii și formularea • Logica sumarului • Referința la programe • Completitudinea informației și coerența între subiect și documentele studiate • 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) • Aprecieră 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

Pentru a realiza cu succes formarea competențelor ce trebuie formate și dezvoltate în cadrul unității de curs *S.03.O.018 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

Nr.	Denumirea resursei	Locul în care poate fi consultată/ accesată/ procurată resursa
1.	Biblioteca comerțului românesc "Meseria de comerciant", - București, 1995.	Biblioteca
2.	Dinu Vasile, "A vinde cu succes", - Buzău: ed. ALPHA, 2002	Biblioteca
3.	Nița Valentin, Daniela Cordoneanu Agheorghiesei, "Merckandising", - Iași: ed. Tehnopress, 2008	Biblioteca
4.	Nicolai Svetlana „Organizarea și tehnologia comerțului”, - Chișinău: ed.ASEM, 2021	Biblioteca
5.	Octavia Mirela "Tehnologii comerciale" - București, ed. Expert, 2002	Biblioteca
6.	Șavga Larisa, Sitnicenco Viorica „Organizarea și tehnologia comerțului”, - Chișinău: ed.UCCM,2016	Biblioteca
7.	Pitușcan Feodosie ,Alexandru Scutaru "Organizarea și tehnica comerțului", - Chișinău: ed. UCCM, 2015	Biblioteca
8.	Patriche Dumitru, IonStanescu, "Bazele comerțului": -București: ed. Economica, 1999	Biblioteca
9.	Ristea Ana Lucia, Constantin Tudose, "A fi sau nu a fi comerciant", - București,ed . Didactica și pedagogica, 1996	Biblioteca
10.	Ristea Ana Lucia, Constantin Tudose "Tehnologii comerciale" - București: ed. Expert, , 1996	Biblioteca
11.	Legea "cu privire la comerțul interior", nr. 231 din 23.09.2010 , Monitorul Oficial nr.206-209/681 din 22.10.2010	Biblioteca În cabinetul 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 În cabinetul 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 În cabinetul de specialitate
14.	https://www.legis.md/cautare	Navigare pe internet
15.	https://www.me.gov.md/	Navigare pe internet