

**Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova**

Colegiul Național de Comerț al ASEM

**„Aprob”**  
Directoarea Colegiului Național de Comerț al ASEM  
BUDURIN-FURCULIȚĂ Cristina,  
\_\_\_\_\_ *junie* 2025



**Curriculum la stagiul de practică**

**P.04.O.029 Practica tehnologică I**

Specialiatea: **0414.1 Marketing**

Calificarea: **0414.1.1 Specialist / specialistă în marketing**

**Aprobat:**

La ședința Consiliului metodic-științific al Colegiului Național de Comerț al ASEM,  
din „04” iunie 2025, proces-verbal nr. 6

Directoare adjunctă pentru instruire și educație *Rotaru* ROTARU Irina

La ședința catedrei „Economie, Turism, Servicii”,

din „30” *mai* 2025, proces-verbal nr. 11

Șefă catedră *Patrascu* PATRAȘCU Dorina

**Coordonat cu:**

Colegiul Universității Libere Internaționale din Moldova

I. P. Colegiul Agroindustrial din Rîșcani

**Autori:**

LAZAREV Natalia, grad didactic superior, Colegiul Național de Comerț al ASEM

TEACA Ala, grad didactic unu, Colegiul Național de Comerț al ASEM

TACU Cornelia, grad didactic doi, Colegiul Național de Comerț al ASEM

**Recenzenți:**

SAVCIUC Oxana, doctor habilitat, conferențiar universitar, ASEM

MELNIC Igor, doctor habilitat, conferențiar universitar, ASEM

## Cuprins:

I. Preliminarii .....	4
II. Motivația, utilitatea stagiului de practică pentru dezvoltarea profesională .....	4
III. Competențele profesionale și rezultatele învățării specifice stagiului de practică .....	5
IV. Administrarea stagiului de practică .....	6
V. Repartizarea orientativă a orelor pe unități de învățare.....	6
VI. Unitățile de învățare .....	7
VII. Studiul individual ghidat de profesor .....	13
VIII. Sugestii metodologice .....	16
IX. Sugestii de evaluare .....	17
X. Resurse necesare pentru atingerea rezultatelor învățării .....	17
XI. Resursele didactice recomandate elevilor .....	19

## I. Preliminarii

**Curriculumul P.04.O.029 Practica tehnologică I** este documentul de bază care descrie condițiile organizării și desfășurării stagiului de practică, precum și performanțele exprimate în competențe, sarcini și activități realizate, ce trebuie atinse în conformitate cu planul de dezvoltare profesională. **P.04.O.029 Practica tehnologică I** este parte integrantă obligatorie a procesului educațional, în conformitate cu Planul de învățământ aprobat prin Ordin MEC nr. 1229/2024, nr de înregistrare SC-31/24 din 03.09.2024, destinat realizării procesului de pregătire a viitorului specialist de la PFPT **0414.1 Marketing, calificarea 0414.1.1 Specialist / specialistă în marketing**, 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.

**P.04.O.029 Practica tehnologică I** se realizează în cadrul unităților economice și are drept scop formarea abilităților și competențelor, privind îndeplinirea atribuțiilor și sarcinilor de lucru în cadrul entității corespunzătoare calificării, aprofundarea cunoștințelor teoretice prin studiul și cunoașterea metodologiei de aplicare a acestora în activitatea de marketing.

Conținutul **P.04.O.029 Practica tehnologică I** prezintă o formă specială de pregătire profesională a elevilor, de aprofundare a cunoștințelor lor teoretice și aplicarea acestora în practică, obținute în baza însușirii unităților de curs după cum urmează:

- F.01.O.008 Securitatea muncii
- F.03.O.010 Teoria economică
- F.03.O.011 Organizarea comerțului
- F.04.O.012 Corespondență economică
- F.04.O.013 Comportamentul consumatorului

Scopul **P.04.O.029 Practica tehnologică I** este formarea deprinderilor și aptitudinilor practice necesare elevilor pentru a înțelege importanța calificării profesionale de **0414.1.1 Specialist / specialistă în marketing**, pe care o vor deține în viitor. Acest proces educativ-cognitiv continuu începe în colegiu și se extinde în unitatea economică, continuând pe parcursul întregii vieți profesionale. Prin implicarea în activități practice, elevii contribuie la formarea complexă a specialistului în domeniul marketingului.

Stagiul de practică se va desfășura pe o perioadă de 4 săptămâni în semestrul IV, cu un număr de 120 ore, acumulând 4 puncte credite, conform graficului procesului de învățământ elaborat anual de către directorul adjunct pentru instruire și educație și aprobat de directorul instituției de învățământ.

## II. Motivația, utilitatea stagiului de practică pentru dezvoltarea profesională

Stagiul de practică tehnologică I reprezintă o etapă esențială și strategică în formarea profesională a elevilor ca *specialist/specialistă în marketing*. Această experiență are un rol important în tranziția armonioasă de la pregătirea teoretică la activitatea practică specifică pieței muncii. Prin sarcinile sale adaptate nivelului de formare, stagiul de practică oferă elevilor oportunitatea de a consolida și aplica cunoștințele teoretice acumulate în practică, astfel, contribuind la dezvoltarea competențelor profesionale necesare unui specialist în marketing aliniat cerințelor actuale ale pieței.

Utilitatea stagiului constă în aprofundarea înțelegerii proceselor și mecanismelor interne ale unei unități economice din perspectiva marketingului. Elevii se familiarizează cu activitatea cotidiană a unui specialist în domeniu, utilizând în mod practic tehnologii moderne de analiză a pieței, promovare și comunicare. Stagiul de practică le permite elevilor, să-și asume responsabilități profesionale concrete în raport cu clienții și partenerii de afaceri. Prin participarea directă la procese operaționale și strategice precum comercializarea produselor, analizarea concurenților, elaborarea de materiale promoționale și comunicarea cu furnizorii și partenerii, elevii își dezvoltă gândirea critică, inițiativa, adaptabilitatea și capacitatea de a oferi servicii competitive.

În plus, stagiul de practică contribuie la familiarizarea elevilor cu legislația specifică domeniului, cu standardele de calitate, cu sistemele informatice esențiale utilizate în marketing, relevante pentru afacerile moderne.

Astfel, această experiență practică desfășurată în mediul real de lucru facilitează o integrare de succes pe piața muncii, încurajează profesionalismul și stimulează dezvoltarea continuă în cariera de marketing.

### **III. Competențele profesionale și rezultatele învățării specifice stagiului de practică**

În cadrul stagiului de practică **P.04.O.029 Practica tehnologică I** vor fi formate și dezvoltate următoarele competențe profesionale specifice conform standardului de calificare al specialității 0414.1 Marketing, calificarea 0414.1.1 Specialist/specialistă în marketing, aprobat prin Ordinul Ministerului Educației și Cercetării Nr.1129/2024 SC-31/24 din 03.09.2024 după cum urmează:

- CP1. Aplicarea prevederilor legale referitoare la Securitate și Sănătate în Muncă (în continuare - SSM);
- CP2. Organizarea eficientă a procesului de lucru și organizarea rațională a locului de lucru;
- CP3. Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/ situații bine definite, tipice domeniului;
- CP4. Utilizarea tehnologiilor informaționale;
- CP5. Întocmirea/ completarea documentelor specifice activităților de marketing;
- CP6. Organizarea și desfășurarea proceselor și activităților de marketing în cadrul întreprinderii;
- CP7. Colectarea și interpretarea datelor de marketing;
- CP8. Dezvoltarea capacității de analiză și de gândire critică;
- CP9. Realizarea programelor de promovare și stimulare a vânzărilor;
- CP10. Dezvoltarea traseului profesional.

În cadrul stagiului de practică **P.04.O.029 Practica tehnologică I** vor fi formate și dezvoltate următoarele competențe specifice:

- CS1. Analizarea structurii funcționale și a actelor normative care reglementează activitatea unităților economice;
- CS2. Interpretarea structurii organizaționale din perspectiva designului de atragere a clienților;
- CS3. Gestionarea optima a fluxului de corespondență economică internă și externă, utilizând diverse canale de comunicare în activitatea entității;
- CS4. Analizarea ofertei de mărfuri/servicii evaluând impactul asupra comportamentului consumatorului;

CS5. Aplicarea tehnicilor de merchandising în vederea stimulării vânzărilor;

CS6. Abordarea analitică a concurenței și implementarea creativă a strategiilor promoționale.

La finele stagiului de practică *P.04.O.029 Practica tehnologică I* elevul va atinge următoarele rezultate ale învățării și va fi capabil să:

RÎ1. Caracterizeze unitatea economică privind forma organizatorico-juridică, genul de activitate și instruirea personalului privind securitatea muncii;

RÎ2. Analizeze structura, designul și amenajarea unității economice, explicând rolul lor în atragerea clienților;

RÎ3. Gestioneze și să redacteze eficient corespondența economică specifică entității;

RÎ4. Analizeze oferta de mărfuri și servicii, evaluând impactul acestora asupra comportamentului consumatorului;

RÎ5. Aplice principiile de merchandising pentru optimizarea prezentării produselor/serviciilor și experienței de cumpărare a clienților;

RÎ6. Studieze concurența și să creeze materiale promoționale pentru a îmbunătăți poziția pe piață a unității economice.

#### IV. Administrarea stagiului de practică

Semestrul	Numărul de ore			Forma de evaluare	Numărul de credite	
	Total ore	Contact direct				Studiul individual
		Teorie	Practică/ Laborator			
4	120	60	30	30	Raport de practică/ agenda de formare profesională	4

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

Nr.	Unitățile de învățare	Numărul de ore			
		Total ore	Contact direct		Studiul individual
			Teorie	Practică/ Laborator	
1.	Caracteristica generală privind unitatea economică	18	10	4	4
2.	Structura organizatorică a unității economice	14	4	4	6
3.	Corespondența economică în cadrul entității	16	6	4	6
4.	Gama sortimentală și innoirea produselor/serviciilor în cadrul entității	18	8	6	4
5.	Merchandisingul și comportamentul de cumpărare a consumatorului	24	14	6	4
6.	Analiza concurenței și strategii de promovare	30	18	6	6
	<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>60</b>	<b>30</b>	<b>30</b>

## VI. Unitățile de învățare

Activități/Sarcini de lucru	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Număr de ore	
			Contact direct	Studiul individual
<i>I. Caracteristica generală privind unitatea economică</i>				
<p><b>AS1.1 Studierea datelor generale cu privire la activitatea unității economice prin:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Studierea istoricului, datelor generale despre fondatorii unității economice, denumire, adresă, gen de activitate;</li> <li>- Studierea actelor de constituire a entității;</li> <li>- Determinarea locului de amplasare, avantajele și dezavantajele locației.</li> </ul> <p><b>AS 1.2 Prezentarea formei organizatorico-juridice a unității economice:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinarea și descrierea formei organizatorico-juridice a entității conform legii Nr. 845 din 03.01.199 cu privire la antreprenariat și întreprinderi;</li> <li>- Analizarea respectării graficului de lucru în corespundere cu Codul Muncii din Republica Moldova.</li> </ul> <p><b>AS1.3 Analizarea modalităților de instruire a personalului și regulile tehnicii securității muncii în cadrul unității economice:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Descrierea modalităților de instruire a personalului în securitatea muncii;</li> <li>- Enumerarea regulilor de securitate și sănătate în muncă;</li> <li>- Identificarea a cel puțin 5 riscuri specifice locului de muncă și propune măsuri</li> </ul>	<p>P1. Copiile documentelor de constituire, autorizație de funcționare, certificate de înregistrare, licențe etc.;</p> <p>P2. Tabel/diagramă a indicatorilor economici de bază ai unității (ex: tipuri de venituri, cheltuieli, profitabilitate);</p> <p>P3. Shema de amplasament a unității economice;</p> <p>P4. Tabel cu avantajele și dezavantajele amplasării a unității economice;</p> <p>P5. Extras din CAEM privind genurile de activitate a unității economice;</p> <p>P6. Extras din Legea Nr. 845 din 03.01.199 cu privire la antreprenariat și întreprinderi;</p> <p>P7. Lista drepturilor și obligațiilor unității economice;</p> <p>P8. Graficului de lucru a unității economice;</p> <p>P9. Registru privind efectuarea instructajului de securitate și sănătate în muncă;</p> <p>P10. Planul de evacuare a unității economice;</p> <p>P11. Poze echipamentul de protecție la locul de muncă.</p>	<p>Prezentarea, explicarea și argumentarea produselor elaborate și sistematizate în raportul de practică</p>	<b>14 ore</b>	<b>4 ore</b>

Activități/Sarcini de lucru	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Număr de ore	
			Contact direct	Studiul individual
preventive simple; - Prezentarea echipamentelor de protecție folosite la unitatea economică.				
<b>II. Structura organizatorică a unității economice</b>				
<p><b>AS2.1 Descrierea și schițarea structurii organizatorice a unității economice:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Descrierea departamentelor/subdiviziunilor și secțiilor ce ar trebui să existe într-o unitate economică;</li> <li>- Prezentarea schematică a subdiviziunilor real existente în entitate și relațiile ce se formează între acestea;</li> <li>- Formularea concluziilor și enumerarea propunerilor privind modificarea structurii organizatorice a unității economice;</li> <li>- Argumentarea importanței departamentului de marketing în unitatea economică;</li> <li>- Descrierea fișei post a unui specialist în marketing.</li> </ul> <p><b>AS 2.2 Studiarea design-ului exterior și interior al unității economice:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prezentarea elementelor de design interior al unității economice;</li> <li>- Analizarea și prezentarea elementelor de design exterior al unității economice.</li> </ul> <p><b>AS 2.3 Organizarea spațiului de vânzare:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Importanța și efectele psihologice în amenajarea spațiului de vânzare;</li> <li>- Forma și mărimea sălii economice;</li> <li>- Sisteme de amenajare a</li> </ul>	<p>P12. Lista cu subdiviziunile care trebuie să existe în unitatea economică;</p> <p>P13. Organigrama reală a unității economice;</p> <p>P14. Lista cu propuneri privind modificarea structurii organizatorice a unității economice;</p> <p>P15. Copiile fișelor de post a personalului și a contractelor de muncă;</p> <p>P16. Poze/ imagini ale elementelor de design interior și exterior al unității economice;</p> <p>P17. Schema sălii de comerț;</p> <p>P18. Schema fluxurilor de circulație a cumpărătorilor, mărfurilor și informațional în unitatea economică;</p>	Prezentarea, explicarea și argumentarea produselor elaborate și sistematizate în raportul de practică	<b>8 ore</b>	<b>6 ore</b>

Activități/Sarcini de lucru	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Număr de ore	
			Contact direct	Studiul individual
raioanelor de mărfuri; - Fluxurile de circulație; - Formele de vânzare.				
<b>III. Corespondența economică în cadrul entității</b>				
<b>AS3.1. Corespondența economică în cadrul unității economice:</b> -Descrierea rolului și necesității corespondenței interne și externe în cadrul unității economice; - Enumerarea tipurilor de corespondență economică specifică unității economice; - Întocmirea cererii de ofertă, reclamației, scrisorii de pretenții și alte tipuri de scrisori oficiale utilizate de unitatea economică în practică; - Prezentarea tipurilor de corespondență privată în afaceri: scrisori de felicitare, cărți de vizită, invitații, etc; - Analizarea registrelor de intrări și ieșiri a corespondenței unității economice; - Întocmirea listei de sugestii privind modificarea sau îmbunătățirea modalității de ținere a corespondenței în cadrul entității. <b>AS3.2 Elaborarea unui text promoțional pentru E-mail-ul/SMS-ul unui clienții fideli:</b> - Redactarea unui text persuasiv pentru un e-mail sau un mesaj SMS destinat clienților fideli, anunțând o ofertă specială sau un eveniment exclusiv. Se va pune accent pe personalizare și pe call to action; - Redactarea unui e-mail formal către un furnizor fictiv	P19. Tabel cu tipologia corespondenței economice utilizate în cadrul entității; P20. Modele utilizate în entitate de: cereri de ofertă, ofertă, reclamație, comandă și alte scrisori oficiale; P21. Modele de: invitații, cărți de vizită, scrisori de felicitare; P22. Registre de intrări și ieșiri a corespondenței unității economice; P23. Lista de sugestii și propuneri pentru îmbunătățirea procesului de corespondență economică în cadrul activității unității economice; P24. Modelul unui text pentru e-mail/SMS (screenshot).	Prezentarea, explicarea și argumentarea produselor elaborate și sistematizate în raportul de practică	<b>10 ore</b>	<b>6 ore</b>

Activități/Sarcini de lucru	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Număr de ore	
			Contact direct	Studiul individual
solicitând informații despre un produs nou, respectând regulile de corespondență economică.				
<b>IV. Gama sortimentală și innoirea produselor/serviciilor în cadrul entității</b>				
<p><b>AS 4.1. Identificarea ofertei de bază a unității economice prin :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-enumerarea tipologiei produselor/serviciilor oferite;</li> <li>-descrierea produselor și serviciilor, calitatea acestora;</li> <li>-identificarea factorilor care contribuie la formarea ofertei;</li> <li>-evaluarea impactului asupra consumatorului.</li> </ul> <p><b>AS 4.2. Determinarea necesarului de diversificare și innoire a gamei sortimentale:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-colectarea datelor despre vânzări;</li> <li>-documentarea tendințelor actuale din industrie și a inovațiilor recente în materie de produse sau servicii similar;</li> <li>-realizarea sondajelor cu clienții pentru identificarea preferințelor, așteptărilor și deschiderea lor către noi produse/servicii;</li> </ul> <p><b>AS4.3. Crearea unei mini-baze de date de furnizori/parteneri:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-organizarea informațiilor despre 5-10 furnizori sau parteneri importanți ai unității: nume, date de contact, produse/servicii oferite, persoană de contact, observații relevante.</li> </ul>	<p>P25.Lista sortimentului produselor/serviciilor ținând cont de criteriile de clasificare;</p> <p>P26.Schema privind influența diferitor factori care contribuie la formarea ofertei;</p> <p>P27. Poze/imagini ale ofertei;</p> <p>P28.Poze certificate de calitate/conformitate, etc;</p> <p>P29. Copia rapoarte vânzări;</p> <p>P30.Chestionare, recenziile clienților;</p> <p>P31. Rezultatele focus-grup;</p> <p>P32.Tabel bază de date de furnizori/ parteneri în format electronic (screenshot-uri).</p>	Prezentarea, explicarea și argumentarea produselor elaborate și sistematizate în raportul de practică	<b>14 ore</b>	<b>4 ore</b>
<b>V. Merchandisingul și comportamentul de cumpărare a consumatorului</b>				
<b>AS 5.1. Evaluarea produselor dintr-o anumită zonă a magazinului, conform principiilor de merchandising</b>	<p>P33. Model traseu ghidare client;</p> <p>P34. Schema sălii de comerț;</p> <p>P35. Schema fluxului;</p>	Prezentarea, explicarea și argumentarea produselor	<b>20 ore</b>	<b>4 ore</b>

Activități/Sarcini de lucru	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Număr de ore	
			Contact direct	Studiul individual
<p><b>(zonare, vizibilitate, accesibilitate):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-crearea unui traseu intuitive care ghidează clienții prin unitatea economică, expunând produsele/serviciile;</li> <li>-identificarea zonelor cu trafic intens și cel redus pentru plasarea strategică a ofertei;</li> <li>-organizarea ofertei pe categorii logice facilitând navigarea consumatorului;</li> <li>-prezentarea ofertei la raft: nivelului ochilor, gruparea vertical/orizontală, cross-merchandising, display –uri special;</li> <li>-evaluarea merchandising-ului vizual: iluminatul, culori și teme, semnalistica, ambalaj;</li> <li>- descrierea promoțiilor și prețurilor: etichetarea clară a prețurilor, oferte special, mostre și degustări;</li> </ul> <p><b>AS 5.2. Evaluarea serviciilor din cadrul entității conform principiilor de merchandising:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- aprecierea ambianței și design-ului spațiului: aparența fizică, confort și funcționalitate, elemente senzoriale;</li> <li>- vizualizarea serviciului și a beneficiilor: material informativ, demonstrații și simulări, afișarea dovezilor, diplome, certificate, premii, fotografii;</li> <li>- analizarea personalului și interacțiunea umană: prezentarea profesională, comunicare clară și empatică, consultant personalizată;</li> </ul>	<p>P36. Planograma;</p> <p>P37.Schițe de magazine;</p> <p>P38.Poze/imagini etalarea mărfurilor;</p> <p>P39. Poze/imagini merchandising-ul vizual;</p> <p>P40. Poze/imagini promoții și prețuri;</p> <p>P41. Diplome, certificate, premii, fotografii;</p> <p>P42. Afișe , broșuri, etc;</p> <p>P43. Screenshot-uri site web, conținut video;</p> <p>P44.Poze plăți, formulare, programări online;</p> <p>P45.Fișă de observare a comportamentului consumatorului;</p> <p>P46.Lista tehnici noi de merchandising;</p> <p>P47. Lista propuneri servicii suplimentare/ pachete premium.</p>	<p>elaborate și sistematizate în raportul de practică</p>		

Activități/Sarcini de lucru	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Număr de ore	
			Contact direct	Studiul individual
<p>- evaluarea merchandisingului digital și online: site web și prezența online, experiența utilizatorului, conținut video.</p> <p><b>AS 5.3. Analizarea comportamentului consumatorului:</b></p> <p>- observarea comportamentului clienților după: rută, timp petrecut, interacțiuni;</p> <p>- descrierea factorilor care influențează decizia de cumpărare și consum a clienților;</p> <p>- prezentarea a 2-3 propuneri de îmbunătățire a etalării produselor la raft;</p> <p>- promovarea unor servicii suplimentare sau a unor pachete premium care aduc beneficii adăugate clientului.</p>				
<b>VI. Analiza concurenței și strategii de promovare</b>				
<p><b>AS 6.1 Identificarea principalilor concurenți ai unității economice din aceeași ramură de activitate:</b></p> <p>- determinarea a 2-3 concurenți principali ai unității economice ținând cont de următorii factori: amplasarea unității economice, categoriile de consumatori, diversitatea ofertei, prețurile practicate, analiza mijloacelor și metodelor de promovare, prezență online, merchandising;</p> <p><b>AS 6.2 Identificarea principalilor concurenți ai unității economice din ramuri diferite de activitate:</b></p> <p>- determinarea a 2-3 concurenți principali din ramuri diferite de activitate ai unității economice</p>	<p>P48. Tabel cu analiza comparativă a celor 2 firme din aceeași ramură determinate ca firme concurente;</p> <p>P49. Tabel cu analiza comparativă a celor 2 firme concurente din ramuri diferite;</p> <p>P50. Tabel prezentarea și analiza metodelor și mijloacelor promoționale utilizate de unitatea economică;</p> <p>P51. Spot video, pliant, broșură etc.</p>	<p>Prezentarea, explicarea și argumentarea produselor elaborate și sistematizate în raportul de practică</p>	<b>24 ore</b>	<b>6 ore</b>

Activități/Sarcini de lucru	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Număr de ore	
			Contact direct	Studiul individual
ținând cont de următorii factori: amplasarea unității economice, categoriile de consumatori diversitatea ofertei, prețurile practicate, analiza mijloacelor și metodelor de promovare prezență online, merchandising; <i>AS 6.3 Analizarea eficienței metodelor și mijloacelor promoționale utilizate de unitatea economică:</i> -analizarea programelor de fidelitate existente; <i>AS 6.4 Realizarea unor materiale promoționale pentru unitatea economică respectivă (spot video, pliant, broșură etc)</i>				
<b>În total</b>			<b>90 ore</b>	<b>30 ore</b>

Toate activitățile și sarcinile realizate pe parcursul stagiului de practică, inclusiv cele desfășurate în cadrul studiului individual ghidat, vor fi materializate în produse concrete de învățare, care vor constitui baza elaborării raportului de practică integrat. Acest raport va reflecta atât nivelul de implicare al elevului, cât și gradul de dezvoltare a competențelor profesionale vizate.

În paralel, sarcinile zilnice aferente fiecărei etape a stagiului vor fi înregistrate și urmărite prin intermediul agendei de formare profesională, care va servi drept instrument de monitorizare, autoevaluare și comunicare între elev și cadrul didactic coordonator. Astfel, se asigură o continuitate logică între planificare, desfășurare și evaluare, precum și o perspectivă integrată asupra procesului de formare practică.

## VII. Studiul individual ghidat de profesor

Studiul individual ghidat de profesor reprezintă o parte componentă a stagiului de practică tehnologică I, având alocate 30 de ore din totalul de ore planificat. Această etapă presupune implicarea elevilor în activități de învățare desfășurate individual, în baza unor sarcini concrete formulate și monitorizate de cadrul didactic coordonator.

Scopul principal al acestei componente este de a consolida cunoștințele acumulate în cadrul practicii și de a dezvolta competențele profesionale într-un mod autonom, dar structurat. Studiul individual oferă elevilor oportunitatea de a reflecta asupra experiențelor dobândite în teren, de a aprofunda aspecte teoretice specifice calificării și de a elabora produse de studiu relevante pentru

domeniul marketingului. Prin această metodă, se urmărește stimularea gândirii critice, responsabilizarea procesului de învățare și pregătirea eficientă a viitorului specialist.

Fiecare materie inclusă în această secțiune este corelată cu unitățile de competență vizate în cadrul stagiului de practică, fiind formulată astfel încât să răspundă cerințelor reale ale pieței muncii și să valorifice potențialul individual al elevului. Produsele propuse spre elaborare urmăresc, totodată, dezvoltarea abilităților de cercetare, analiză, sinteză și prezentare a informației, încurajând o abordare activă și profesionistă a formării în domeniul marketingului a viitorului specialist / specialistă în marketing.

Materii pentru studiul individual	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Număr de ore
<b><i>RÎ1: Elevul va fi capabil să caracterizeze unitatea economică privind forma organizatorico-juridică, genul de activitate și instruirea personalului privind securitatea muncii;</i></b>			
1. Setul de acte de necesare înregistrării persoanei juridice și întreprinzătorilor individuali 2. Informația referențială activității entității pentru a identifica structura organizatorică 3. Identificarea a 5 riscuri specifice locului de muncă și propune măsuri preventive simple.	1. Lista actelor necesare înregistrării unei entități economice și pașii necesari a fi efectuați pentru înregistrare 2. Tabel: avantajele și dezavantajele amplasării a unității economice 3. Planul de evacuare a unității economice; 4. Prezentarea echipamentului de protecție la locul de muncă.	Portofoliu  Tabel  Schemă	4
<b><i>RÎ2: Elevul va fi capabil să analizeze structura, designul și amenajarea unității economice, explicând rolul lor în atragerea clienților;</i></b>			
1. Prezentarea subdiviziunilor real existente în entitate. 2. Elemente de design interior și exterior al unității economice 3. Forma și mărimea sălii economice; Sisteme de amenajare a raioanelor de mărfuri	1. Organigrama unității economice. 2. Poze și imagini ale elementelor de design al unității economice. 3. Schema fluxurilor în unitatea economică.	Schemă  Poze  Tabel  Portofoliu	6
<b><i>RÎ3: Elevul va fi capabil să gestioneze și să redacteze eficient corespondența economică specifică entității</i></b>			
1.Redactează un text pentru un e-mail sau un mesaj SMS destinat clienților fideli, anunțând o ofertă specială sau un eveniment exclusiv. Se va pune accent pe personalizare și pe <i>call to action</i> . 2.Redactează un e-mail formal către un furnizor fictiv solicitând informații despre	1. Draftul textului pentru e-mail /SMS, screenshot	Screenshot	6

Materii pentru studiul individual	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Număr de ore
un produs nou, respectând regulile de corespondență economică			
<b>RÎ4:</b> Elevul va fi capabil să analizeze oferta de mărfuri și servicii, evaluând impactul acestora asupra comportamentului consumatorului;			
1. Documentarea tendințelor actuale din industrie și a inovațiilor recente în materie de produse sau servicii similar; 2. Realizarea sondajelor cu clienții pentru identificarea preferințelor, așteptărilor și deschiderea lor către noi produse/servicii;	1. Informație documentată; 2. Chestionare, recenziile clienților; diagrame;	Poze  Tabel	4
<b>RÎ5:</b> Elevul va fi capabil să aplice principiile de merchandising pentru optimizarea prezentării produselor/serviciilor și experienței de cumpărare a clienților;			
1. Evaluarea produselor dintr-o anumită zonă a magazinului, conform principiilor de merchandising. 2. Observarea comportamentului clienților în magazin după: rută, timp petrecut, interacțiuni. 3. Descrierea factorilor care influențează decizia de cumpărare a clienților.	1. Planograme 2. Fișă de observare a comportamentului consumatorului	Fișă	4
<b>RÎ6:</b> Elevul va fi capabil să studieze concurența și să creeze materiale promoționale pentru a îmbunătăți poziția pe piață a unității economice			
1. Mijloace și canale utilizate pentru promovarea produselor/ serviciilor 2. Acțiuni promoționale realizate de firmă 3. Concurenții ai unității economice	1. Poze, imagini cu promoții online 2. Tabel: avantajele și dezavantajele acțiunilor promoționale utilizate de unitatea economică 3. Crearea unui material promoțional-flyer, broșură, carte de vizită etc. 4. Tabel cu analiza comparativă a 3 firme	Poze  Table  Materiale promoționale	6

## VIII. Sugestii metodologice

Stagiul de practică tehnologică I, se va demara cu efectuarea de către coordonatorul stagiului de practică din cadrul instituției de învățământ a instructajului privind consilierea elevilor încadrați în unitățile economice, făcându-le cunoștință cu scopul și sarcinile acesteia, durata și cerințele principale, completarea agendei formării profesionale, precum și cu perfectarea raportului privind efectuarea stagiului de practică.

Elevul, în prima zi de practică, prezintă conducerii unității economice ordinul / extrasul din ordin de repartizare la stagiul de practică la unitatea economică și Agenda formării profesionale. Repartizarea elevilor la locurile de practică în cadrul unității economice se autorizează prin ordinul conducătorului întreprinderii cu desemnarea conducătorului de practică.

Pe parcursul stagiului de practică, coordonatorul asigură ajutorul consultativ și metodic al elevilor, organizând consultații cu ei privind desfășurarea stagiului de practică și întocmirea agendei formării profesionale. Fiecare consultație se înregistrează în registrul frecvenței stagiului de practică al elevului.

La finalul stagiului de practică, conducătorul desemnat de unitatea economică elaborează un aviz/referință despre activitatea elevului stagiar pe parcursul stagiului de practică. Rezultatul acestei evaluări va fi luat în considerare la notarea elevului la susținerea raportului privind stagiului de practică.

### Întocmirea raportului privind stagiul de practică

Raportul stagiului de practică tehnologică I se elaborează pe fiecare unitate de învățare separat. Acesta se întocmește pe parcursul desfășurării stagiului, iar în cadrul consultațiilor se prezintă spre verificare. După finalizarea perioadei de practică, se prezintă pentru controlul final și se avizează de către conducătorul stagiului de practică din partea instituției de învățământ pentru susținere. În raport urmează a fi oglindite detaliat toate sarcinile curriculumului stagiului de practică, de asemenea va conține produsele reflectate prin date, calcule și documente autentice ale entității considerate partener de practică, cu referire la legislația în vigoare, regulamente, instrucțiuni.

### Raportul privind stagiul de practică tehnologică I trebuie să conțină:

- Foaia de titlu
- Cuprins
- Introducere
- Conținutul propriu-zis al raportului
- Concluzii și recomandări
- Bibliografie
- Anexe
- Agenda formării profesionale
- Avizul conducătorului stagiului de practică tehnologică din partea unității economice (semnătura căruia este confirmată prin ștampilă).

La fiecare unitate de învățare al raportului se integrează produsele enumerate. De asemenea, sunt incluse documentele și materialele ce confirmă activitatea practică a elevului stagiar.

După ce conducătorul stagiului de practică verifică raportul propriu zis, elevului i se permite susținerea acestuia.

Perfectarea raportului stagiului de practică trebuie să corespundă cerințelor stipulate în Regulamentele interne ale instituției de învățământ sau în ghiduri cu privire la stagiile de practică.

### **Completarea agendei formării profesionale**

Agenda formării profesionale constituie componenta obligatorie a stagiului de practică, se completează individual de fiecare elev stagiar în baza informației de la entitatea unde a fost repartizat prin ordin.

### **IX. Sugestii de evaluare**

Stagiul de practică tehnologică I constituie parte integrantă obligatorie a procesului educațional și se realizează în scopul formării și dezvoltării competențelor profesionale ale elevilor încadrați la programul de pregătire profesională *0414.1 Marketing*, calificarea *0414.1.1 specialist/specialistă în marketing*. Evaluarea stagiului de practică se realizează atât în perioada de desfășurare, cât și la finalizarea acestei activități.

În timpul derulării stagiului de practică evaluarea elevilor va fi efectuată permanent de către conducătorii stagiului de practică din cadrul unităților economice cât și din cadrul instituției de învățământ. Conducătorii stagiului de practică din instituția de învățământ vor evalua periodic modul de completare a Agendei formării profesionale în corespundere cu cerințele specificate cât și prezentarea unităților de conținut din curriculum stagiului de practică conform graficului consultațiilor organizate în cadrul instituției de învățământ.

Conducătorul stagiului de practică din cadrul entității la finalizarea stagiului de practică, apreciază cu notă nivelul de achiziționare a competențelor practice și eliberează referință. Rezultatul acestei evaluări stă la baza notării elevului.

Elevul stagiar, la finalizarea stagiului de practică, va trebui să prezinte conducătorului de practică din cadrul instituției de învățământ / comisiei, Agenda stagiului de practică completată în corespundere cu cerințele specificate și să susțină. Raportul stagiului de practică sub forma stipulată în Regulamentul instituțional.

Promovarea stagiului de practică tehnologică I constituie una dintre condițiile de promovare în următorul an de studiu. Creditele de studii transferabile se acordă pentru nota de promovare 5.00 și mai mult.

### **X. Resurse necesare pentru atingerea rezultatelor învățării**

Pentru a realiza cu succes formarea competențelor ce trebuie formate și dezvoltate în cadrul stagiului de practică *P.06.O.030 Practica tehnologică I*, trebuie asigurat un mediu de învățare autentic, relevant și centrat pe elev atât în cadrul instituției de învățământ cât și la unitatea economică.

Sala de curs din **instituția de învățământ** unde se vor realiza orele de consultații va fi dotată cu mobilier școlar, tablă interactivă sau proiector multimedia și să aibă condiții ergonomice adecvate.

#### Standardul de dotare a sălii de curs

Suprafața totală a sălii de curs – nu mai puțin de 30 m<sup>2</sup>

Suprafața pentru un elev – 1,0 m<sup>2</sup>

Numărul de locuri de lucru – 1 elev la o bancă

Nr. crt.	Denumirea	Cantitatea per elev	Cantitatea per sală de curs
<b>a) Echipamente</b>			
1.	Videoprojector sau ecran interactiv digital (pentru prezentări și simulări)	-	1
2.	Laptop/PC pentru profesor și elevi (unde este posibil)	-	1
3.	Sistem audio (boxe, microfon, dacă se lucrează cu materiale multimedia)	-	1
4.	Acces la internet (Wi-Fi stabil pentru utilizarea platformelor educaționale și a resurselor online)	-	+
5.	Imprimantă și scanner (pentru documente, fișe de lucru, materiale de evaluare)	-	1
<b>b) Mobilier și tehnică sanitară</b>			
6.	Bănci și scaune ergonomice pentru elevi	1	Depinde de numărul de elevi în grupă
7.	Masă și scaun pentru profesor	1	1
8.	Dulapuri pentru materiale didactice și echipamente	-	1
9.	Panou/tabla clasică sau tablă smart	-	1
10.	Coșuri pentru colectarea selectivă a deșeurilor		
<b>c) Utilaj tehnologic</b>			
11.	Calculator cu softuri de management (ex: Excel, platforme educaționale pentru demonstrații)	-	1
<b>d) Instrumente și dispozitive</b>			
12.	Flipchart-uri și markere	-	1
13.	Tabla magnetică cu set de magneți și carduri pentru organizare de idei	-	1
14.	Seturi de diagrame de analiză reutilizabile	-	1
15.	Seturi de materiale (studii de caz, teste, suport de curs) pentru simulări și jocuri de rol	-	1
16.	Cronometru și timer vizual (pentru gestionarea activităților în echipă)	-	1
<b>e) Inventar și ustensile</b>			
17.	Dosare, bibliorafuri și mape pentru organizarea lucrărilor elevilor	-	1

18.	Seturi de instrumente de scris și materiale consumabile (pixuri, coli, post-it-uri, rigle etc.)	-	1
19.	Manuale, ghiduri și broșuri informative despre entitate	-	1

Spațiul din **cadru agentului economic** unde se va afla elevul în timpul stagiului de practică trebuie să fie dotată cu condiții ergonomice adecvate.

Suprafața din birou destinată pentru un elev stagiar – 1,0 m<sup>2</sup>

Numărul de locuri de lucru – 1 elev la o masa

Nr. crt.	Denumirea	Cantitatea per elev	Cantitatea per unitate economică
<b>a) Echipamente</b>			
1.	Computer/laptop	1	5
2.	Imprimantă multifuncțională	-	1
<b>b) Mobilier și tehnică sanitară</b>			
3.	Birou + scaun ergonomic	1	5
4.	Dulap pentru dosare și pliante	-	1
5.	Coșuri pentru colectarea selectivă a deșeurilor	-	2
<b>c) Utilaj tehnologic</b>			
6.	Calculator cu softuri de rezervări (ex: Amadeus, Booklux, etc0)	-	1
7.	Router Wi-Fi și acces internet	-	1
<b>d) Instrumente și dispozitive</b>			
8.	Scanner documente	-	1
9.	Telefon fix/mobil	-	1
<b>e) Inventar și ustensile</b>			
10.	Pixuri, creioane, agende, hârtie A4	1 set	5 seturi
11.	Dosare, bibliorafturi	2 buc	10 buc
12.	Hartă turistică/pliante informative	1	5
13.	Materiale de simulare: pliante, acte normative, fișe de calcul, tabele	-	1

#### XI. Resursele didactice recomandate elevilor

Nr. crt.	Denumirea resurselor	Locul în care poate fi consultată/ accesată resursa
1.	Belostecnic G., Petrovici S., <i>Marketing</i> , Chișinău, ASEM, 2000	Biblioteca instituțională
2.	Diaconescu D., <i>Bazele merceologiei</i> , București, Uranus, 2005	Biblioteca instituțională

3.	Nicolai S., <i>Organizarea și tehnologia comerțului</i> , Chișinău, ASEM, 2021	Biblioteca instituțională
4.	Pitușcan F., Scutaru A., <i>Baza material tehnică a întreprinderilor economice</i> , Chișinău, UCCM, 2008	Biblioteca instituțională
5.	Pistol G., <i>Bazele comerțului</i> , București, Edutura fundației România de mâine, 2004	Biblioteca instituțională
6.	Patriche D., Stănescu I., <i>Bazele comerțului</i> , București, ASE, 1999	Biblioteca instituțională
7.	Legea nr. 231 din 23.09.2010 cu privire la comerțul interior	lex.justice.md
8.	Legea nr. 186 din 10.07.2008 privind securitatea și sănătatea în muncă	lex.justice.md
9.	Legea nr. 279 din 15.12.2017, privind informarea consumatorului cu privire la produsele alimentare	lex.justice.md
10.	<i>Legea Nr. 845 din 03.01.199 cu privire la antreprenoriat și întreprinderi</i>	lex.justice.md
11.	Legea Nr.451-XV cu privire la reglementarea prin licențiere a activităților de întreprinzător, 30.01.2001	lex.justice.md
12.	Codul Muncii al Republicii Moldova Nr.154-XV, din 28.03.2003	lex.justice.md
13.	Legea Nr. 1569 cu privire la modul de introducere și scoatere a bunurilor de peterioriu Republicii Moldova de către persoanele fizice, 20.12.2002	lex.justice.md