

Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova

Colegiul Național de Comerț al ASEM

„Aprob”
Directoarea Colegiului Național de Comerț al ASEM

BUDURIN-FURCULIȚĂ Cristina
_____ 2025


Curriculum la modul

S.05.O.019 Design și estetica mărfurilor

Specialitatea: 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 „Comerț, Merceologie, Tehnologie”,

din „17” aprilie 2025, proces – verbal nr.10

Șefă catedră Nicolai NICOLAI Svetlana

Coordonat cu:

Colegiul Universității libere Internaționale din Moldova
IP Colegiul de Industrie Ușoară din Bălți

Autor:

SADOVICI Oxana, grad didactic unu, Colegiul Național de Comerț al ASEM

Recenzenți:

SAVCIUC Oxana, conf. univ., dr., Academia de Studii Economice din Moldova

MELNIC Igor, conf. univ., dr., Academia de Studii Economice din Moldova

Cuprins

I. Preliminarii	4
II. Motivația, utilitatea modulului pentru dezvoltarea profesională.....	4
III. Competențele profesionale și rezultatele învățării specifice unității de curs	5
IV. Administrarea modulului.....	6
V. Repartizarea orientativă a orelor pe unități de învățare	6
VI. Unități de învățare	6
VII. Studiul individual ghidat de profesor.....	8
VIII. Lucrările practice recomandate	9
IX. Sugestiile metodologice.....	10
X. Sugestii de evaluare.....	11
XI. Resurse necesare pentru atingerea rezultatelor învățării.....	14
XII. Resurse didactice recomandate elevilor	15

I. Preliminarii

Curriculumul modular **S.05.O.019 Design și estetica mărfurilor** este un document normativ și obligatoriu elaborat în baza Planului 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**, axat pe una dintre disciplinele de specialitate ale învățământului economic, care se ocupă de studierea caracteristicilor estetice a mărfurilor, ca rezultat al aplicării și valorificării creației artistice în industrie. Astăzi în societatea modernă s-a stabilit o puternică interferență între industrie și artă, exprimată atât în determinarea de către civilizația industrială, mai ales în condițiile revoluției tehnico-științifice contemporane, a unor noi coordonate ale evoluției artelor, cât și în pătrunderea mereu mai pregnantă a valorii artistice în universul obiectelor tehnice produse în serii industriale. Astfel, s-au constituit genuri noi ale artelor (cinematografia, televiziunea), au fost revoluționate tehnicile artistice datorită apariției unor noi materiale, noi tehnologii, instrumente, s-au elaborat tehnici evaluate de producere, reproducere, conservare și difuzare a valorilor artei. Se poate aprecia chiar că s-a creat o autentică industrie artistică, ce constă în producția de masă a unor obiecte artistice care îmbină calitățile utile cu cele estetice.

Importanța studierii unității de curs **S.05.O.019 Design și estetica mărfurilor** constă în:

- satisfacerea nevoilor estetice ale populației într-o societate civilizată;
- asigurarea unui sortiment variat de produse nu doar calitative, dar și cu un design modern;
- efectuarea favorabilă a raportului între preț și calitate, frumos și util;
- pregătirea specialiștilor în elaborarea designelor mărfurilor și ambalajelor în funcție de cerințele pieței.

Procesul de învățământ nu este numai o acțiune de transmitere a cunoștințelor din partea profesorului și de acumulare a acestora din partea elevului, dar și un proces social și psihosocial, având ca scop pregătirea elevului pentru viață. Din aceste considerente, scopul studierii acestei unități de curs constă în formarea și dezvoltarea abilităților de a face față situațiilor cotidiene concrete, a soluționa probleme și situații de lucru, a se integra profesional în piața muncii, își îmbunătățesc capacitățile existente, acestea contribuind la formarea profesională.

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

S.01.O.018 Inițiere în specialitate

F.04.O.013 Comportamentul consumatorului

II. Motivația, utilitatea modulului pentru dezvoltarea profesională

Studierea unității de curs **S.05.O.019 Design și estetica mărfurilor** va contribui la formarea și dezvoltarea de competențe profesionale ce corespund nivelului patru de calificare:

- *cunoștințe factice, principii, procese și concepte generale din domeniul designului;*
- *organizarea și monitorizarea procesului de elaborare a produselor estetice;*
- *asumarea responsabilității pentru asigurarea consumatorilor cu produse estetice în funcție de cererea lor.*

Unitatea de curs **S.05.O.019 Design și estetica mărfurilor** se centrează pe dezvoltarea abilităților profesionale necesare specialiștilor ce activează în marketing, oferind o bază solidă de cunoștințe și aptitudini din domeniul designului. Ea familiarizează viitorii specialiști cu toate aspectele ce se referă la procesul de cercetare, proiectare și plasare pe piață a mărfurilor

corespunzător așteptărilor cumpărătorilor pe fiecare segment de piață. La studierea unității de curs elevii dobândesc cunoștințe teoretice și practice necesare activității lor curente și contribuie la formarea profesională.

Competențele formate și dezvoltate în cadrul unității de curs vor fi necesare pentru studierea unităților de curs orientate studiului mărfurilor, după cum urmează:

- S.06.O.021 Comerț electronic
- S.06.O.022 Politici de marketing
- F.07.O.015 Logistica
- S.07.O.023 Tehnici promoționale
- S.07.O.025 Cercetări de marketing
- S.08.O.027 Marketingul digital
- P.06.O.030 Practica tehnologică II
- P.08.O.031 Practica ce anticipează probele de absolvire

III. Competențele profesionale și rezultatele învățării specifice unității de curs

În cadrul unității de curs **S.05.O.019 Design și estetica mărfurilor** vor fi formate și dezvoltate următoarele *competențe profesionale* conform standardului de pregătire profesională al **PFPT 0414.1 Marketing**, calificarea **0414.1.1 Specialist/specialistă în marketing**, după cum urmează:

- CP7. Utilizarea tehnologiilor informaționale;
- CP10. Colectarea și interpretarea datelor de marketing;
- CP11. Identificarea oportunităților de piață;
- CP14. Realizarea programelor de promovare și stimulare a vânzărilor.

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

- CS1. Perceperea modalităților de satisfacere și de educare a bunului gust al consumatorilor;
- CS2. Înțelegerea activității în domeniul designului, ca act de cultură de interes public, cu implicații economice, sociale, culturale și de mediu;
- CS3. Recunoașterea elementelor, proprietăților, indicatorilor estetici, alături de indicatorii generali ai calității;
- CS4. Descrierea procesului de proiectare estetică a produsului prin diferite metode;
- CS5. Valorificarea categoriilor estetice în scopul promovării unei identități vizuale a entității;
- CS6. Aplicarea în practică a cunoștințelor în vederea conceperii și propunerii consumatorilor a produselor estetice

Rezultatele învățării derivă în mod direct din standardul de pregătire profesională al programului de formare profesională și este axat pe aptitudini ce vor avea un caracter predominant, iar cunoștințele teoretice propuse pentru a fi asimilate de către elev vor fi aplicabile într-un mod direct la demonstrarea competențelor solicitate de piața muncii.

La finele studierii unități de curs **S.05.O.019 Design și estetica mărfurilor** elevul va fi capabil să:

- RÎ1. Aplice principii și metode de cercetare a nevoilor și comportamentului consumatorilor din cadrul pieței, strategii de consiliere și promovare a bunurilor și serviciilor
- RÎ2. Utilizeze designul, frumosul pentru crearea produselor ce satisfac cerințe sociale, culturale, de mediu ș.a.
- RÎ3. Plaseze pe piață produse de calitate, care includ și caracteristici estetice

RÎ4. Proiecteze estetic produsele, realizând creativ toate etapele

RÎ5. Evalueze categoriile estetice ca pârghii de promovare a produselor

RÎ6. Conceapă și ofere produse frumoase consumatorilor

IV. Administrarea modului

Semestrul	Numărul de ore			Forma de evaluare	Numărul de credite	
	Total	Contact direct				Studiul individual
		Teorie	Practică/ laborator			
5	90	27	18	45	Examen	3

V. Repartizarea orientativă a orelor pe unități de învățare

Nr.	Unități de învățare	Numărul de ore			
		Total ore	Contact direct		Studiul individual
			Teorie	Practică/ laborator	
1.	Poziția esteticii în conceptul modern al calității mărfurilor	4	2	-	2
2.	Considerații generale asupra esteticii	8	4	2	2
3.	Geneza și afirmarea designului	10	4	2	4
4.	Elementele ce definesc estetica mărfurilor	10	4	2	4
5.	Etape ale procesului de proiectare creativă	10	2	2	6
6.	Designul și estetica vestimentației, mobilierului, automobilului, graficii publicitare și ambalajelor	48	11	10	27
	Total	90	27	18	45

VI. Unități de învățare

Unități de competență	Unități de conținut	Abilități
1. Poziția esteticii în conceptul modern al calității mărfurilor		
UC1. Explicarea noțiunii de estetică	1. Estetica-știință a frumosului 2. Repere istorice în evoluția gândirii estetice 3. Estetica generală și estetica industrială 4. Obiectul disciplinei, relația cu alte discipline	A1. Caracterizarea calității produsului prin prisma esteticii A2. Explicarea evoluției gândirii românești A3. Modelarea relațiilor armonioase între diferite medii prin estetica industrială A4. Crearea metodică a obiectelor ce ne înconjoară
2. Considerații generale asupra esteticii		

Unități de competență	Unități de conținut	Abilități
UC2. Analiza categoriei fundamentale a esteticii-frumosul	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definirea esteticii 2. Frumosul-categorie a esteticii 3. Frumosul industrial-noțiune a esteticii contemporane 4. Gustul estetic 	<ol style="list-style-type: none"> A1. Explicarea noțiunii de estetică și frumos A2. Caracterizarea frumosului ca îmbinare a planului afectivității cu raționalitatea A3. Delimitarea accepțiunii de frumos industrial A4. Înțelegerea influenței gustului în alegerea unui produs
3. Geneza și afirmarea designului		
UC3. Utilizarea activității în domeniul designului, ca putere competitivă a întreprinderii	<ol style="list-style-type: none"> 1. Premisele apariției designului 2. Etapele dezvoltării designului 3. Designul în perioada contemporană 4. Domenii de afirmare a designului 5. Legile și funcțiile designului 6. Definirea profesiei de designer 	<ol style="list-style-type: none"> A1. Cunoașterea premiselor, etapelor, trăsăturilor și direcțiilor de dezvoltare a designului A2. Interpretarea rolului și poziției designului ca parte integră a economiei contemporane A3. Aptitudinea de a lucra în echipă pentru dezvoltarea proiectelor multifuncționale (economisti, designeri, ingineri)
4. Elementele ce definesc estetica mărfurilor		
UC4. Aprecierea sub raport estetic cu ajutorul categoriilor estetice	<ol style="list-style-type: none"> 1. Forma, linia, desenul, stil, ornament, simetria, proporția, armonia, contrastul 2. Culoarea, caracteristică esențială în estetica mărfurilor 3. Natura fizică și psihosenzorială a culorii 4. Culoarea ca simbol și mesaj 5. Preferințele pentru culoare 6. Utilizarea culorii în design, funcționalitatea, ergonomia 	<ol style="list-style-type: none"> A1. Descrierea categoriilor estetice A2. Înțelegerea senzațiilor pe care le transmite culoarea A3. Perceperea vizuală a obiectelor prin acțiune psihosenzorială A4. Comunicarea informațiilor semantice estetice și afective prin intermediul culorii A5. Motivarea acceptării unui produs prin preferințele cromatice A6. Alegerea culorii sau compoziției cromatice ca rol funcțional
5. Etape ale procesului de proiectare creativă		
UC5. Realizarea procesului de proiectare a produselor	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rolul designului în proiectare 2. Proiectarea componentelor estetice ale produselor 3. Testarea concepției estetice și lansarea produsului pe piață 	<ol style="list-style-type: none"> A1. Proiectarea produselor urmând etapele și luând în considerație obiectivele stabilite A2. Individualizarea ideilor analizate materializate în desene, proiecte, machete, prototipuri A3. Verificarea justetei concluziilor și deciziilor adoptate la diferite etape ale

Unități de competență	Unități de conținut	Abilități
		conceptului de produs prin testare
6. Designul și estetica vestimentației, mobilierului, automobilului, graficii publicitare și ambalajelor		
UC6. Realizarea grupelor de produse ca expresie a unui complex de factori	1. Etapele procesului de design vestimentar 2. Limite în designul de produse de vestimentație 3. Mobila-element indispensabil a condițiilor de locuit 4. Estetica mobilierului contemporan 5. Rolul automobilului în societate 6. Procesul de creație și proiectare a caroseriei automobilului 7. Grafica publicitară ca formă de comunicare vizuală 8. Designul și grafică publicitară pe internet 9. Ambalajul - element de informare și promovare a produsului	A1. Comunicarea creatorului și consumatorului pentru succesul pe piață a produselor de îmbrăcăminte A2. Identificarea și analiza limitelor actului de creație pentru a propune soluții optime, realizabile industrial A3. Realizarea mobilei moderne având la bază legile designului industrial A4. Demonstrarea caracteristicilor estetice a caroseriei ca primordial A5. Dezvoltarea unei teme cu scop informativ- publicitar prin mijloace grafice și sonore A6. Utilizarea elementelor estetice pentru crearea ambalajelor

VII. Studiul individual ghidat de profesor

Materii pentru studiul individual	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Numărul de ore
RI1. <i>Elevul va fi capabil să aplice principii și metode de cercetare a nevoilor și comportamentului consumatorilor din cadrul pieței, strategii de consiliere și promovare a bunurilor și serviciilor</i>			
1. Estetica între filosofie și funcționalitate: aplicabilitatea sa în lumea modernă	Harta conceptuală PPT	Prezentarea proiectelor Comunicări	2 ore
RI2. <i>Elevul va fi capabil să utilizeze designul, frumosul pentru crearea produselor ce satisfac cerințe sociale, culturale, de mediu ș.a.</i>			
1. Frumosul în estetică și influența gustului estetic în alegerea produselor în societatea contemporană	Prezentări în PPT Proiect individual	Prezentarea proiectelor	2 ore
RI3. <i>Elevul va fi capabil să plaseze pe piață produse de calitate, care includ și caracteristici estetice</i>			
1. Designul – factor strategic de competitivitate în economia contemporană. Evoluție, domenii de aplicare și profesia de designer 2. Designerul – un profesionist între artă, tehnologie și economie	Harta conceptuală Studiu de caz Prezentări	Comunicări Prezentarea PPT Interpretarea studiului de caz	4 ore
RI4. <i>Elevul va fi capabil să proiecteze estetic produsele, realizând creativ toate etapele</i>			

Materii pentru studiul individual	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Numărul de ore
1. Rolul formei și culorii în definirea esteticii mărfurilor: percepție, simbolism și preferințe ale consumatorilor 2. Culoarea în designul mărfurilor: simbolism, percepție și strategie de vânzare	Studiu de caz Harta conceptuală Proiect	Comunicări Prezentarea PPT	4 ore
R15. <i>Elevul va fi capabil să evalueze categoriile estetice ca pârgii de promovare a produselor</i>			
1. Proiectarea creativă a unui produs: de la idee la lansare. 2. Rolul componentelor estetice în succesul pe piață 3. Studiu comparativ între două concepte de design pentru același produs	PPT Plan de idei Analiza SWOT	Prezentarea opiniilor personale bazate pe o analiză	6 ore
R16. <i>Elevul va fi capabil să conceapă produse frumoase, care au capacitatea de a atrage, de a trezi interesul</i>			
1. Crearea unei mini-colecții vestimentare pentru un sezon, cu schițe și paletă cromatică justificată estetic 2. Fișă de analiză estetică pentru o ținută dintr-un eveniment de modă (ex: Met Gala, Fashion Week) 3. Estetica mobilierului contemporan: între funcționalitate, design și ambient 4. Stiluri actuale: minimalist, nordic, industrial, vintage în mobilier 5. Rolul esteticii în percepția valorii unui automobile 6. Designul caroseriei auto ca expresie a performanței și a esteticii” 7. Grafica publicitară – comunicare vizuală strategică în era digital 8. Ambalajul – instrument estetic și informativ în promovarea produsului	Harta conceptuală Prezentări în PPT Studiu de caz	Derularea prezentării proiectelor	27 ore

VIII. Lucrările practice recomandate

Nr. d/o	Unități de învățare	Lista activităților practice
1.	Considerații generale asupra esteticii	Lucrare practică nr. 1 Elaborarea proiectului cu tematica: „Descrierea frumosului natural, artistic, industrial al unui produs”
2.	Geneza și afirmarea designului	Lucrare practică nr. 2 Caracterizarea designului de produse industriale analizând influența modei, perioadei
3.	Elementele ce definesc estetica mărfurilor	Lucrare practică nr. 3 Analiza produselor utilizând elementele esteticii

Nr. d/o	Unități de învățare	Lista activităților practice
4.	Etape ale procesului de proiectare creativă	Lucrare practică nr. 4 Simularea și prezentarea procesului de elaborare a unui produs
5.	Designul și estetica vestimentației	Lucrare practică nr. 5 Analiza designului unui articol vestimentar Lucrare practică nr. 6 Caracterizarea designului mobilierului în funcție de stil Lucrare practică nr. 7 Descrierea evoluției designului unei mărci automobile de Lucrare practică nr. 8 Realizarea unui spot publicitar a unui produs sau serviciu utilizând designul și estetica graficii publicitare Lucrare practică nr. 9 Simularea procesului de elaborare a unui ambalaj pentru un produs

IX. Sugestiile metodologice

Curriculumul modular *S.05.O.019 Design și estetica mărfurilor* oferă posibilitatea parcurgerii treptate a conținuturilor ocupaționale, de la simplu la complex, în vederea obținerii unei calificări în marketing la finele fiecărei etape de instruire. Formarea pe module asigură mobilitate și sporește șansele de avansare profesională pe piața muncii. Caracterul modular a unității de curs *S.05.O.019 Design și estetica mărfurilor* 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. Elaborarea curriculumului modular al unității de curs *S.05.O.019 Design și estetica mărfurilor* permite predarea eșalonată a conținuturilor prin urmărirea predării anumitor teme.

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 acest caz profesorul are doar rolul de facilitator, comunicator, colaborator, implicând activ pe cel ce învață. Se vor promova metode activ – participative, centrate pe elev, care dezvoltă gândirea, încurajează participarea elevilor, dezvoltă creativitatea și realizează o comunicare multidirecțională.

Avantajele învățării centrate pe elev:

- creșterea motivației elevilor, deoarece aceștia sunt conștienți că pot influența procesul de învățare;

- eficacitatea mai mare a învățării și a aplicării celor învățate, deoarece aceste abordări folosesc învățarea activă;
- înțelegerea mai bună;
- posibilitatea mai mare de includere – poate fi adoptată în funcție de potențialul fiecărui elev, ținând cont de faptul că fiecare elev are o capacitate de a învăța și exprima diferită.

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

- prelegerea, explicația, conversația euristică, dialogul;
- observația (vizite la agenți economici de profil), munca independentă;
- simularea (a diverselor situații întâlnite în activitatea și viața reală);
- jocul de rol (situații concrete legate de organizarea unităților comerciale);
- exercițiul, discuțiile în grup care stimulează critica;
- învățarea prin proiecte;
- studiul de caz;
- simularea;
- navigarea pe internet pentru a descoperi aspecte specifice activităților în unitățile de comerț;
- studierea materialelor de specialitate (tipărituri, materiale pe suport electronic, materiale promoționale, documente specifice, etc.);

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

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

X. Sugestii de evaluare

Activitățile de evaluare curentă/sumativă la unitatea de curs ***S.05.O.019 Design și estetica mărfurilor***, 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 ***S.05.O.019 Design și estetica mărfurilor***, 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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.	Argumentarea orală	<ul style="list-style-type: none"> • 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.	Proiect	<ul style="list-style-type: none"> • 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 coerența 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.	Referat	<ul style="list-style-type: none"> • 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

Nr. d/o	Produse pentru măsurarea competențelor	Criterii de evaluare a produselor
		<ul style="list-style-type: none"> • Justificarea ipotezei legate de tema referatului • Analiza în detaliu a fiecărei surse de documentare
5.	Studiu de caz	<ul style="list-style-type: none"> • Corectitudinea interpretării studiului de caz propus • Calitatea soluțiilor, ipotezelor propuse, argumentarea acestora • Utilizarea adecvată a terminologiei în cauză • Punerea în evidență a subiectului, problematicii și formularea • Logica sumarului • 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) • Corespunderea soluțiilor, ipotezelor propuse pentru rezolvarea adecvată a cazului analizat • Corectitudinea lingvistică a formulărilor • Rezolvarea corectă a problemei, asociate studiului analizat de caz
6.	Diapozitivul PPT	<ul style="list-style-type: none"> • 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.	Tabel	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • Reprezentarea grafică simplificată a elementelor sau caracteristicilor structurii unui aparat, ale unei mașini, ale unei instalații, ale unui proces etc.

Nr. d/o	Produse pentru măsurarea competențelor	Criterii de evaluare a produselor
		<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • Reprezintă graficul relațiilor dintre concepte/idei și ajută la organizarea și structurarea informației, pregătirea pentru o prezentare, planificarea unui proiect etc.
10.	Diagrama	<ul style="list-style-type: none"> • 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. Resurse necesare pentru atingerea rezultatelor învățării

Pentru a realiza cu succes formarea competențelor ce trebuie formate și dezvoltate în cadrul unității de curs *S.05.O.019 Design și estetica mărfurilor* 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.

Standardul de dotare a sălii de curs

Suprafața totală a sălii de curs – nu mai puțin de 30 m²

Suprafața pentru un elev – 1,0 m²

Numărul de locuri de lucru – 1 elev la o bancă

Nr. crt.	Denumirea	Cantitatea per elev	Cantitatea per sală de curs
a) Echipamente			
1.	Tablă	-	1
2.	Calculator, laptop	-	1
3.	Proiector	-	1
4.	Router Wi-Fi și acces internet	-	1
5.	Sistem audio (boxe, microfon)	-	1
6.	Imprimantă	-	1
b) Mobilier și tehnică sanitară			
7.	Mese	1	30
8.	Scaune	1	30

Nr. crt.	Denumirea	Cantitatea per elev	Cantitatea per sală de curs
9.	Dulapuri pentru materiale didactice	-	1
c) Utilaj tehnologic			
10.	<ul style="list-style-type: none"> • Rafturi • Vitrine • Tejghea • Casă de marcat și POS • Cântare 		
d) Instrumente și dispozitive			
11.	Tablă magnetică cu set de magneți	-	1
12.	Flipchart-uri și markere	-	1
13.	Mostre de mărfuri, ambalaje, poze	1	-
e) Inventar și ustensile			
14.	Seturi de instrumente de scris și materiale consumabile (pixuri, coli, rigle)	-	1

XII. Resurse didactice recomandate elevilor

Nr. crt.	Denumirea resurselor	Locul în care poate fi consultată/ accesată/ procurată resursa
1.	FEDORCIUCOVA S., conf. Univ.,dr., catedra Merceologie, Expertiză și marketing al mărfurilor, UCCM	Biblioteca
2.	FALNIȚĂ Eugen , Produsul: estetică, ambalaj, Ed. Mirton, Timișoara, 2005	Biblioteca științifică ASEM
3.	Olaru M., Schileru I. ș.a. Fundamentele științei mărfurilor, Editura economică, 2001	Biblioteca științifică ASEM
4.	PAMFILIE R., Prof.univ.dr., PROCOPIE R., Conf. univ. dr., Designul și estetica ambalajului, note de curs	http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/carte2.asp?id=56&idb
5.	PĂRĂIAN E., PASCU E., Designul și estetica mărfurilor, Editura universitară, București, 2010, ISBN: 978-973-749-838-0	Biblioteca științifică ASEM
6.	REKLITIS P., KARAKADIS N., Ambalajul – un element fundamental al exportului reușit, Chișinău, 2001	Biblioteca științifică ASEM
7.		