

Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova

Colegiul Național de Comerț al ASEM

„Aprob”

Directoarea Colegiului Național de Comerț al ASEM,

BUDURIN - FURCULIȚĂ Cristina



„ 28 ” iunie 2025

Curriculum la modulul

S.06.O.021 Comerț electronic

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 Rolay 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

I. P. Colegiul Agroindustrial din Rîșcani

Autoare:

TACU Cornelia, grad didactic doi, 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

Curpins:

Curpina:

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

I. Preliminarii

Unitatea de curs *S.06.O.021 Comerț electronic* este o resursă educațională esențială pentru învățământul profesional tehnic postsecundar nonterțiar, având rolul de a sprijini formarea competențelor necesare a viitorilor specialiști în marketing pentru a utiliza eficient instrumentele digitale în procesele comerciale, de promovare și vânzare.

Proiectarea curriculară se realizează în conformitate cu prevederile specifice domeniului de formare profesională 414 "Marketing și Publicitate" la specialitatea 0414.1 Marketing, a Planului de învățământ elaborat de Colegiul Național de Comerț al ASEM și aprobat de Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova prin Nr.1129/2024 SC-31/24 din 03.09.2024.

Prin conținuturile propuse și metodele interactive de predare-învățare, unitatea de curs *S.06.O.021 Comerț electronic*, oferă o bază solidă pentru integrarea cunoștințelor de marketing cu cele de tehnologie digitală, pregătind elevii pentru provocările și oportunitățile comerțului electronic în economia contemporană.

Unitățile de curs ce în mod obligatoriu trebuie certificate până la demararea procesului de instruire a modului:

- F.03.O.011 Organizarea comerțului;
- F.04.O.013 Comportamentul consumatorului;
- F.05.O.014 Segmentarea pieței;
- S.05.O.019 Design și estetica mărfurilor.

II. Motivația, utilitatea modului pentru dezvoltarea profesională

În contextul actual al digitalizării accelerate, unitatea de curs *S.06.O.021 Comerț electronic* reprezintă o componentă esențială în formarea unui specialist modern în domeniul marketingului. Apariția noilor tehnologii, dezvoltarea rețelelor sociale, creșterea volumului de tranzacții online și modificarea comportamentului consumatorului au transformat profund modul în care sunt concepute și implementate strategiile de marketing.

Această unitate de curs este motivată de necesitatea de a pregăti viitorii specialiști pentru a utiliza eficient canalele digitale în promovarea și vânzarea produselor și serviciilor. Prin conținutul său, cursul oferă cunoștințe teoretice și practice privind platformele de comerț electronic, modelele de afaceri digitale, procesul de cumpărare online, metodele de plată electronică, precum și reglementările juridice aplicabile comerțului digital.

Prin urmare, cursul de *S.06.O.021 Comerț electronic* contribuie la formarea unor competențe relevante și aplicabile în practică, sporind considerabil șansele de angajare și dezvoltare profesională în domeniul marketingului digital și al afacerilor online.

Competențele specifice dezvoltate în cadrul acestei unități de curs vor fi necesare pentru studierea următoarelor unități de curs:

- F.07.O.016 Management;
- S.07.O.024 Marketingul serviciilor;
- S.07.O.025 Cercetări de marketing;
- S.08.O.026 Organizarea activității de marketing;
- S.08.O.027 Marketingul digital;

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

III. Competențele profesionale și rezultatele învățării specifice modulului

Competențele profesionale din Planul de învățământ elaborat de Colegiul Național de Comerț al ASEM și aprobat de Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova prin Nr.1129/2024 SC-31/24 din 03.09.2024.

CP7. Utilizarea tehnologiilor informaționale;

CP8. Întocmirea/ completarea documentelor specifice activităților de marketing.

Competențele specifice unității de curs:

CS1. Identificarea caracteristicilor generale ale comerțului electronic;

CS2. Analiza principalelor modele de afaceri utilizate în comerțul electronic;

CS3. Explicarea funcționării sistemelor de plată electronică în comerțul online;

CS4. Aplicarea normelor legale și a măsurilor de securitate în comerțul electronic;

CS5. Investigarea tendințelor moderne în dezvoltarea comerțului electronic;

CS6. Planificarea etapelor de lansare a unei afaceri online.

La sfârșitul studierii unității de curs elevul va fi capabil să:

RÎ1. Enumere trăsăturile comerțului electronic;

RÎ2. Clasifice modelele de afaceri conform tipului de relație comercială;

RÎ3. Descrie etapele principale ale unei plăți electronice;

RÎ4. Precizeze regulile legale și măsurile de securitate utilizate în comerțul online;

RÎ5. Identifice inovațiile tehnologice utilizate în comerțul electronic;

RÎ6. Ordoneze corect etapele creării unei afaceri electronice.

IV. Administrarea modulului

Semestrul	Numărul de ore			Forma de evaluare	Numărul de credite	
	Total ore	Contact direct				Studiul individual
		Teorie	Practică/ Laborator			
6	90	27	18	45	Examen	3

V. Repartizarea orientativă a orelor pe unități de învățare

Nr. crt.	Unitățile de învățare	Numărul de ore			Studiul individual
		Total ore	Contact direct		
			Teorie	Practică/ Laborator	
1.	Introducere în comerțul electronic	11	4	2	5
2.	Modele de afaceri în comerțul electronic	16	4	4	8
3.	Mecanismele unui sistem de plată electronic	16	6	2	8
4.	Aspecte legale și securitatea datelor	16	4	4	8

5.	Tendențe și inovații în comerțul electronic	14	4	2	8
6.	Crearea unei afaceri online	17	5	4	8
Total		90	27	18	45

VI. Unitățile de învățare

Unități de competență	Unități de conținut	Abilități
1. Introducere în comerțul electronic		
UC.1 Recunoașterea conceptului de comerț electronic, a evoluției acestuia și a trăsăturilor definitorii, în scopul înțelegerii modului de funcționare a acestui tip de activitate economică	<p>1. Comerț electronic – concept, evoluție istorică și trăsături definitorii.</p> <p>2. Organizarea comerțului electronic și mecanismele tranzacționale.</p> <p>3. Comerț electronic - avantaje, dezavantaje și tendințe actuale.</p>	<p>A1. Redactarea unui glosar ilustrat cu conceptele-cheie ale comerțului electronic.</p> <p>A2. Completarea unui tabel comparativ între comerțul tradițional și cel electronic.</p> <p>A3. Elaborarea unui afiș informativ cu tipurile de comerț electronic și exemple.</p> <p>A4. Prezentare PPT/Canva etc. despre avantajele și provocările e-commerce.</p>
2. Modele de afaceri în comerțul electronic		
UC.2 Caracterizarea diferitelor modele de afaceri online, în funcție de tipul relației comerciale și de strategia de livrare a valorii către client	<p>1. Tipuri de comerț electronic.</p> <p>2. Modele de afaceri specific în comerțul electronic.</p>	<p>A1. Crearea unui infografic cu principalele modele de afaceri online.</p> <p>A2. Analizarea unui studiu de caz care compară două modele de afaceri.</p> <p>A3. Aplicare unui chestionar pentru identificarea modelului optim în funcție de conținut.</p> <p>A4. Evaluarea unui model de afacere digitală, identificând punctele tari și slabe.</p>
3. Mecanismele unui sistem de plată electronic		
UC.3 Descrierea etapelor procesului de plată electronică și a metodelor utilizate în comerțul online, cu evidențierea siguranței și eficienței tranzacțiilor	<p>1. Etapele procesului de cumpărare în comerțul online</p> <p>2. Metode electronice de plată: definiție și clasificare.</p> <p>3. Tipuri de metode electronice de plată utilizate în practică.</p>	<p>A1. Realizarea unei scheme logice a procesului de plată electronică.</p> <p>A2. Întocmirea unei fișe informative cu metodele de plată disponibile online.</p> <p>A3. Descrierea rolului actorilor implicați în procesul de plată (bănci, procesatori etc.).</p> <p>A4. Realizarea unei analize</p>

Unități de competență	Unități de conținut	Abilități
		SWOT a unei metode de plată electronică
4. Aspecte legale și securitatea datelor		
UC.4 Respectarea cadrului legal și a măsurilor de protecție a datelor și securitate informatică, pentru desfășurarea responsabilă a activităților de comerț electronic	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cadru legal pentru comerțul electronic în Republica Moldova. 2. Protecția datelor cu caracter personal (GDPR). 3. Securitatea tranzacțiilor online și prevenirea fraudelor. 	<ol style="list-style-type: none"> A1. Realizarea unui ghid practic al obligațiilor legale pentru comercianții online. A2. Explicarea aplicării principiilor GDPR în comerțul electronic. A3. Formularea unei liste de verificare privind măsurile de securitate ale unui site. A4. Conceperea unui poster educativ despre fraudele online și prevenirea lor.
5. Tendințe și inovații în comerțul electronic		
UC.5 Evaluarea inovațiilor tehnologice precum inteligența artificială, aplicațiile mobile și rețelele sociale, în scopul înțelegerii direcției de evoluție a comerțului online	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comerțul mobil (m-commerce) și aplicațiile mobile. 2. Inteligența artificială și automatizarea în vânzările online. 3. Comerțul social (vânzarea prin rețele sociale) 	<ol style="list-style-type: none"> A1. Scrierea unui articol de blog despre o tendință recentă în e-commerce. A2. Elaborarea unui videoclip explicativ despre o inovație digitală (ex: inteligență artificială). A3. Elaborarea unei hărți conceptuale care leagă tehnologia de experiența clientului. A4. Argumentarea într-un eseu rolul automatizării în dezvoltarea afacerilor online.
6. Crearea unei afaceri online		

Unități de competență	Unități de conținut	Abilități
UC.6 Elaborarea unui plan simplificat de lansare a unei afaceri electronice, prin parcurgerea etapelor fundamentale de organizare, promovare și operare online	<ol style="list-style-type: none"> 1. Etapele realizării unei afaceri electronice 2. Avantajele și dezavantajele unei afaceri online 	<p>A1. Elaborarea unui plan de afaceri pentru lansarea unei afaceri online.</p> <p>A2. Proiectarea unei machete a unui magazin virtual folosind un constructor web.</p> <p>A3. Dezvoltarea unei strategii de promovare digitală pentru afacerea aleasă.</p> <p>A4. Prezentarea unui video pitch de 1-2 minute pentru promovarea ideii de afacere.</p>

VII. Studiul individual ghidat de profesor

Materii pentru studiul individual	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Număr de ore
RÎ1: Elevul va fi capabil să enumere trăsăturile comerțului electronic			
1. Caracteristicile generale ale comerțului electronic în economia digital.	PPT	Prezentarea produsului	5
2. Elementele de bază care diferențiază comerțul electronic de comerțul tradițional.	Studiu de caz	Prezentarea studiului de caz	
RÎ2: Elevul va fi capabil să clasifice modelele de afaceri conform tipului de relație comercială			
1. Clasificarea principalelor modele de afaceri în comerțul electronic.	Tabel comparativ	Prezentarea tabelului	8
2. Modelul B2B în comerțul electronic.	Poster	Prezentarea posterului	
3. Modelul B2C și comportamentul consumatorului online.	PPT	Prezentarea PPT-lui	
4. Modele emergente de afaceri electronice: C2C și C2B.	Proiect	Prezentarea proiectului	
RÎ3: Elevul va fi capabil să descrie etapele principale ale unei plăți electronice			
1. Etapele generale ale procesului de plată electronică.	Mini proiect	Prezentarea proiectului	
2. Mijloace de plată electronică: card bancar, portofel electronic,	Studiu de caz	Prezentarea studiului de caz	

Materii pentru studiul individual	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Număr de ore
mobile payment.			8
3. Securitatea tranzacțiilor online în etapa de plată.	PPT	Prezentarea PPT-lui	
4. Actorii implicați într-o plată electronică.	Poster digital	Prezentarea posterului	
R14: <i>Elevul va fi capabil să precizeze regulile legale și măsurile de securitate utilizate în comerțul online</i>			
1. Identificarea normelor legale aplicabile în comerțul electronic.	Aplicații practice	Prezentarea aplicației practice	8
2. Drepturile și obligațiile părților implicate în comerțul online.	Tabel	Prezentarea tabelului	
3. Măsuri de securitate în tranzacțiile online.	Poster digital	Prezentarea posterului	
4. Identificarea riscurilor și fraudelor în comerțul electronic	Investigația	Descrierea investigației	
R15: <i>Elevul va fi capabil să identifice inovațiile tehnologice utilizate în comerțul electronic</i>			
1. Identificarea celor mai recente inovații tehnologice în comerțul electronic.	Investigația	Descrierea investigației	8
2. Utilizarea inteligenței artificiale (IA) în comerțul electronic.	PPT	Prezentarea PPT-lui	
3. Automatizarea logisticii prin inovații tehnologice.	Studiu de caz	Prezentarea studiului de caz	
4. Tehnologiile de securitate inovatoare în protecția datelor clienților.	Poster digital	Prezentarea posterului	
R16: <i>Elevul va fi capabil să ordoneze corect etapele creării unei afaceri electronice</i>			
1. Identificarea etapelor de bază în crearea unei afaceri electronice.	Proiect individual	Prezentarea proiectului	8
2. Elaborarea unui plan simplificat de afacere electronică.	PPT	Prezentarea PPT-lui	
3. Analiza unui start-up de comerț electronic.	Aplicații practice	Prezentarea aplicației practice	

Materii pentru studiul individual	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Număr de ore
4. Ordinea logică a pașilor de creare a afacerii online	Fișă de lucru	Prezentarea fișei de lucru	

VIII. Lucrările practice și/sau de laborator recomandate

Nr. d/o	Unități de învățare	Lista activităților practice
1.	Introducere în comerțul electronic	Analizarea unui site de comerț electronic
2.	Modele de afaceri în comerțul electronic	Clasificarea unor afaceri online după modelul de business
3.	Mecanismele unui sistem de plată electronic	Simularea unei plăți online
4.	Aspecte legale și securitatea datelor	Analizarea politicii de confidențialitate a unui site
5.	Tendențe și inovații în comerțul electronic	Prezentarea unei inovații recente
6.	Crearea unei afaceri online	Crearea unui site

IX. Sugestii metodologice

Una din cerințele majore ale învățământului modern este de a forma la elevi deprinderi de a învăța să învețe, care să dezvolte capacitatea de a gândi și acționa liber și creativ. Modul de organizare a activităților didactice în vederea formării la elevi a competențelor specifice unității de curs v-a fi stabilit în corespundere cu Planul de învățământ.

Calitatea procesului educațional este influențată în mod esențial de modul în care sunt formulate și orientate obiectivele lecțiilor, precum și de importanța și prioritățile atribuite acestora. Pentru ca procesul educativ să se desfășoare eficient și să conducă la rezultate relevante, este necesară urmărirea unor direcții de acțiune esențiale, precum:

- Individualizarea procesului de predare-învățare, prin adaptarea conținuturilor corespundere cu stilurile de învățare identificate.
- Crearea și menținerea unui mediu educațional activ și motivant, utilizând situații practice și relevante din viața reală.
- Adaptarea curriculumului la realitățile comerciale actuale, în special prin abordări practice și interdisciplinare.
- Modelarea procesului de predare în funcție de particularitățile clasei.

- Asigurarea coerenței și continuității procesului educativ, în baza transferului în contexte reale – financiare, antreprenoriale sau sociale.

Astfel, metodele și procedeele recomandate spre utilizare sunt: exercițiul, aplicații practice, studiul de caz, investigația, simulări, proiecte individuale și de grup, dezbateri pe teme de actualitate economică ș.a. În cadrul orelor de teorie și practică cu durata de două ore academice sunt recomandate pentru realizarea competențelor și scopului disciplinei utilizarea metodelor orientate pe elev combinate cu cele tradiționale. Profesorul are rolul de facilitator al procesului de învățare, oferind îndrumare și sprijin, în timp ce elevul este protagonistul propriei formări, asumându-și responsabilitatea acumulării de informații și dezvoltării competențelor necesare pentru obținerea calificării profesionale.

X. Sugestii de evaluare

Evaluarea este abordată în strânsă legătură cu conținuturile, strategiile de predare-învățare și finalitățile și va fi adaptată la nevoile, atitudinile și aspirațiile elevilor în formarea calificării de specialist / specialistă în marketing. Se vor folosi diverse forme de evaluare pe întreaga perioadă de desfășurare a demarării unității de curs. Vor fi utilizate și metode alternative de evaluare pentru studiu individual, cum ar fi organizarea unui portofoliu pe care elevii îl vor complete pe parcursul studierii unității de curs.

Produse recomandate pentru evaluarea nivelului de dezvoltare a competențelor elevilor sunt prezentate în tabel:

Nr. d/o	Produse / sarcini	Criterii/descriptorii de evaluare a produselor/sarcinii
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.	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; • 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.
3.	Referat	<ul style="list-style-type: none"> • Corespunderea referatului temei;

Nr. d/o	Produse / sarcini	Criterii/descriptorii de evaluare a produselor/sarcinii
		<ul style="list-style-type: none"> • Profunzimea și completitudinea dezvoltării temei; • Adecvarea la conținutul surselor primare; • Coerența și logica expunerii; • Utilizarea dovezilor din sursele consultate; • Gradul de originalitate și de noutate; • Nivelul de erudiție; • Modul de structurare a lucrării; • Justificarea ipotezei legate de tema referatului; • Analiza în detaliu a fiecărei surse de documentare.
4.	Studiul de caz	<ul style="list-style-type: none"> • 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); • Aprecierea 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.	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.
6.	Poster	<ul style="list-style-type: none"> • 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

Nr. d/o	Produse / sarcini	Criterii/descriptorii de evaluare a produselor/sarcinii
		<p>obișnuit posterele sunt compuse atât din elemente grafice cât și din text, deși un poster poate fi complet grafic sau complet compus din text;</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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, maratorii, 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.	Tabel	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<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.; • 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.	Desen	<ul style="list-style-type: none"> • 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. Resurse necesare pentru atingerea rezultatelor învățării

Pentru desfășurarea orelor teoretice și practice la unitatea de curs *S.06.O.021 Comerț electronic* sunt necesare condițiile elementare.

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.	Videoproiector 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) Mobilier și tehnică sanitară			
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
c) Utilaj tehnologic			
10.	Calculator cu softuri de management (ex: Excel, platforme educaționale pentru demonstrații)	-	1
d) Instrumente și dispozitive			
11.	Seturi de materiale (studii de caz, teste, suport de curs) pentru simulări și jocuri de rol	-	1
12.	Cronometru și timer vizual (pentru gestionarea activităților în echipă)	-	1
d) Inventar și ustensile			
13.	Dosare, bibliorafturi și mape pentru organizarea lucrărilor elevilor	-	1

Nr. crt.	Denumirea	Cantitatea per elev	Cantitatea per sală de curs
14.	Seturi de instrumente de scris și materiale consumabile (pixuri, coli, post-it-uri, rigle etc.)	-	1
15.	Manuale, ghiduri și broșuri informative pentru disciplină	-	1
16.	Materiale de simulare: formulare de planificare a bugetului, fișe cu studii de caz,	-	1

XII. Resursele didactice recomandate elevilor

Nr. crt.	Denumirea resurselor	Locul în care poate fi consultată resursa
1.	GHERMAN Tatiana, <i>Aspecte juridice și de securitate în comerțul electronic</i> , ASEM, Chișinău 2022.	Biblioteca ASEM, CNC al ASEM
2.	BĂLAN Otilia, <i>Marketing digital și comerț electronic</i> , ASEM, Chișinău 2021	Biblioteca ASEM
3.	GROSU Veronica, <i>Comerț electronic</i> , ASEM, Chișinău 2020	Biblioteca ASEM, CNC al ASEM
4.	PETCU Vasile, <i>Sisteme informatice în afaceri și comerț electronic</i> , ASEM, Chișinău 2019	Biblioteca ASEM
5.	BELOSTECINIC Grigore, JOMIR E., „ <i>Marketing. General și Business to Business</i> ”, Serviciul Editorial-Poligrafic ASEM, Chișinău 2023	Biblioteca ASEM, CNC al ASEM
6.	MARCOIANU V., <i>Ghidul afacerii în mediul online – De la strategii de marketing și metode de dezvoltare până la filozofia gândirii digitale</i> , Ediția a III-a, 2022	Biblioteca ASEM