



**MINISTERUL EDUCAȚIEI NAȚIONALE
Inspectoratul Școlar al Județului Buzău
COLEGIUL ECONOMIC BUZĂU**



DOMENIU PREGĂTIRII: COMERȚ

CLASA a XI a

ÎNVĂȚĂMÂNT LICEAL

PROFIL: SERVICII

CURRICULUM ÎN DEZVOLTARE LOCALĂ

MODULUL V:

COMERȚUL MODERN

AUTORI:

Prof. ec. Magdalena Ardeleanu – gr.did. I

Prof.ec. Adriana Anton – gr. did. I

Reprezentant agent economic: Mărunțiș Ion

AGENT ECONOMIC PARTENER:

S.C. COM FORTUNA 93 S.R.L

Date de identificare a CDL

1. Instituția de învățământ: COLEGIUL ECONOMIC BUZĂU
2. Denumirea operatorului economic/institutiei publice partener(e): COMFORTUNA S.R.L.
3. Titlul CDL: **COMERȚUL MODERN**
4. Tipul CDL-ului: aprofundarea și extinderea rezultatelor învățării suplimentare care răspund nevoilor operatorului economic partener
5. Profilul/Domeniul de pregătire profesională: Servicii/comerț
6. Calificarea profesională- Tehnician în activități de comerț
7. Clasa: a XI a
8. Număr ore: 66
9. Autorii:
 - Unitatea de învățământ: prof. Ardeleanu Ecaterina Magdalena și prof. Anton Adriana
 - Operatorul economic: Mărunțiș Ion

1. Notă de prezentare

Denumirea calificării: Tehnician în activități de comerț

Nivelul de pregătire: învățământ liceal

Numărul de ore alocat modului: 66

Scopul modului: Curriculum de dezvoltare locală are drept scop lărgirea domeniului ocupațional și aprofundarea unităților de rezultate ale învățării tehnice generale precum și dobândirea cunoștințelor, abilităților și atitudinilor necesare pentru o inserție rapidă pe piața și pentru crearea oportunităților de dezvoltare a unei afaceri proprii pornind de la formarea profesională de calitate într-o calificare. Modulul își propune:

1. crearea de oportunități pentru aprofundarea/extinderea rezultatelor învățării prevăzute în standardul de pregătire profesională (SPP) în scopul adaptării la tehnologiile specifice din unitățile în care elevii desfășoară pregătirea practică și/sau rezultate ale învățării care sunt solicitate de piața muncii locală și/sau regională și care nu sunt oferite prin componenta națională a curriculumului;
2. crearea situațiilor de învățare necesare pentru dobândirea rezultatelor învățării corespunzătoare domeniilor de competențe cheie, adaptate cerințelor locale, în contexte legate de formarea profesională.

Rolul CDL-ului în pregătirea de specialitate a elevului:

- a) contribuie la creșterea flexibilității, adaptabilității și în perspectivă a angajabilității absolvenților învățământului profesional și tehnic și astfel:
 - facilitează tranziția elevilor de la școală la viața activă prin adaptarea pregătirii profesionale a elevilor la nevoile pieței muncii la nivel local;
 - contribuie la creșterea ratei de inserție socio-profesională;
- b) extinde oportunitățile ocupaționale ale elevilor;
- c) permite aprofundarea competențelor cheie, alături de unitățile de rezultate ale învățării tehnice generale și specializate, în contexte reale de muncă;
- d) contribuie la creșterea flexibilității ofertei educaționale a unităților de învățământ;

- e) oferă oportunități de dezvoltare durabilă la nivelul comunității locale prin contribuția activă a partenerilor sociali la dezvoltarea resursei umane la nivel local;
- f) contribuie la o mai mare receptivitate a școlilor cu privire la nevoile comunității locale;
- g) oferă condiții pentru furnizarea de formare profesională la nivel local, valorificând standardele formulate la nivel național;
- h) crează oportunități pentru dezvoltarea relațiilor dintre școală și piața muncii locală.

CDL-ul **"Comerțul modern"** este propus în contextul extinderii la nivel local, regional și național a formelor moderne de comerț și al modernizării tehnologiilor comerciale în vederea creșterii competitivității firmelor de comerț. Adaptarea la cererea pieței și necesitatea formării profesionale la nivel european au reprezentat motivele esențiale pentru includerea acestui curriculum. Elevilor trebuie să li se ofere posibilitatea dezvoltării unor abilități și aptitudini, care dezvoltă înaltul profesionalism, inițiativa, perspicacitatea, abilitatea de a opera eficient într-un mediu economic dinamic și concurențial, importante pe piața muncii. Aceasta ofertă curriculară asigură cadrul care să permită formarea în totalitate a abilităților și aptitudinilor de specialitate descrise în *Standardele de pregătire profesională* și identificate prin cooperarea cu agenții economici parteneri. Un alt rol îl constituie dobândirea de cunoștințe teoretice, abilități și aptitudini suplimentare, necesare pentru desfășurarea tuturor activităților din F.E. în cadrul orelor de laborator la cele trei module precizate prin Planul de învățământ.

CDL-ul **"Comerțul modern"** a fost elaborat în conformitate cu: orientările metodologice generale pentru elaborarea curriculumului în dezvoltare locală (CDL) pentru clasele a XI-a și a XII-a, ciclul superior al liceului, filiera tehnologică și pentru clasa a XI-a învățământ profesional prevăzute în **Anexa la Ordinul MEN nr. 3502 din 29.03.2018**, cu planurile de învățământ prevăzute în **OMEN nr. 3500/29.03. 2018**, pentru calificarea Tehnician în activități de comerț și cu SPP-urile prevăzute în **Anexa 4 la OMENCS nr. 4121/13.06.2016**.

Descrierea nevoilor de formare cărora le răspunde CDL-ul:

Programa opțională propusă urmărește satisfacerea nevoilor de formare impuse de ritmul accelerat de modernizare și inovare din firmele moderne de comerț, printre care amintim:

- nevoia de implementare a mijloacelor noi de automatizare a muncii;
- nevoia de implementare și/sau utilizare eficientă a tehnicilor și tehnologiilor comerciale și de marketing moderne;
- nevoi de integrare/adaptare cu ușurință la inovațiile de organizare a muncii și de gestiune;
- creșterea capacității de inovare a viitorilor angajați.

Lista unităților de rezultate ale învățării din SPP vizate:

- URÎ 4: Organizarea activității unităților economice;
- URÎ 7: Administrarea firmei;
- URÎ 9: Aplicarea politicilor de marketing;
- URÎ 13: Gestionarea unității comerciale.

CDL-ul **"Comerțul modern"** a fost propus pentru a oferi mai multe șanse absolvenților noștri de a răspunde nevoilor actuale de formare în domeniul comerțului modern, cum ar fi: utilizarea instrumentelor digitale în gestionarea; vânzarea și promovarea produselor și serviciilor din oferta firmei; extinderea unor strategii noi de distribuție (comerțul on-line, utilizarea tehnicilor de vending); elaborarea bazelor de date privind mărfurile din stoc,

clienții, furnizorii și alți colaboratori; aplicarea formelor moderne de vânzare, etalarea estetică și funcțională a mărfurilor în unitățile care practică forme moderne de comerț; identificarea și valorificarea noilor oportunități de dezvoltare personală și/sau a afacerii.

Aceste cunoștințe și abilități dorim să le extindem și să le aprofundăm, considerând că nu pot fi suficient de bine dezvoltate doar în cadrul modulelor din trunchiul comun.

2. Tabel de corelare dintre rezultatele învățării și conținuturile învățării

Rezultate ale învățării din SPP propuse spre aprofundare/extindere			Conținuturile învățării	Situații de învățare
Cunoștințe	Abilități	Atitudini		
URÎ 7: Adminstrarea firmei			Inovații în comerțul modern	Elevii vor identifica prin intermediul unor lecții de documentare, individuale și/sau de grup, cu ajutorul Internetului și a presei scrise de specialitate, metode și tehnici inovative utilizate de firmele de comerț moderne și vor descrie oportunitățile de dezvoltare personală și a afacerilor comerciale prin prisma aplicării acestor inovații.
7.1.3. Prezentarea oportunităților pentru activități personale, profesionale și/sau de afaceri; 7.1.4. Descrierea oportunităților de dezvoltare a întreprinderii	7.2.2. Identificarea oportunităților pentru activități personale, profesionale și/sau de afaceri	7.1.3. Argumentarea realistă, creativă și independentă a propriilor opinii cu privire la oportunitățile sociale, economice și culturale referitoare la dezvoltarea întreprinderii.		
7.1.12. Descrierea procesului de planificare și evaluare a activității	7.2.10. Planificarea și evaluarea activității	7.3.8. Implicarea activă în activitatea de planificare și evaluare.	Planificarea, aplicarea și evaluarea tehnicilor moderne de comerț, adaptate la specificul și condițiile firmei de comerț.	Elevii vor elabora proiecte în echipă constând în elaborarea unor planuri de implementare a tehnicilor și metodelor inovative în cadrul F.E.; dar și în cadrul firmelor locale de comerț. În ultimele săptămâni de școală echipele vor completa rapoarte de evaluare a activității din F.E. și modul în care metodele inovative au contribuit la creșterea eficienței învățării.
URÎ 9: Aplicarea politicilor de marketing			Comerțul electronic	Elevii vor identifica prin intermediul
9.1.9.	9.2.9.	9.3.4.		

Descrierea diferitelor strategii de distribuție	Alegerea strategiilor optime de distribuție	Implicarea practică în stabilirea strategiei optime de distribuție	- Concept; - Comerțul electronic vs. comerțul clasic; - Categoriile de comerț electronic; - Avantajele și dezavantajele comerțului electronic; - Modele de comerț electronic.	unor lecții de documentare, individuale și/sau de grup, cu ajutorul Internetului și a presei scrise de specialitate, firme de comerț din județul Buzău care practică comerț online și vor analiza efectele economice și sociale ale practicării acestei forme de distribuție. Identificarea categoriilor de comerț electronic și a modelelor de comerț electronic ce pot fi utilizate în cadrul F.E.
9.1.12. Descrierea metodelor și tehnicilor de promovare	9.2.11. Aplicarea tehnicilor de promovare 9.2.12. Dezvoltarea creativității și aplicarea ei în diverse contexte profesionale 9.2.13. Utilizarea de instrumente digitale pentru a produce, prezenta și înțelege informații legate de întreprindere 9.2.14. Proiectarea unei acțiuni promoționale la nivelul întreprinderii	9.3.6. Argumentarea rațională a utilizării cu responsabilitate a mijloacelor media interactive 9.3.7. Raportarea creativă și expresivă a propriilor puncte de vedere la opiniile altor persoane (clienții)	Tehnici promoționale la nivelul magazinului 1. Noțiuni generale 2. Etalarea mărfurilor - aspect estetic al magazinului: • etalarea mărfurilor - concept, rol, scop • etalarea mărfurilor în vitrine • etalarea mărfurilor în interiorul magazinului • merchandising • benchmarking 3. Negocierea vânzării și procesul de tranzacționare în firma de exercițiu: • etapele negocierii • procesul de tranzacționare în F.E. • documente de	Punerea în situații de utilizare a tehnicilor de etalare a mărfurilor, prin prezentarea elementelor specifice utilizate pentru etalarea mărfurilor în vitrine, particularităților de etalare a mărfurilor în vitrine, cerințe de etalare a mărfurilor în interiorul magazinului, modalități de etalare în interiorul magazinului pe grupe de produse, alimentare și nealimentare, funcțiile merchandisingului, asortimentul, conceptul de benchmarking Discuții/dezbateri pentru identificarea tipurilor de consumatori și a unor modalități de comunicare eficientă cu consumatorii. Exerciții, jocuri de rol de prezentare a

			evidență a facturilor, comenzilor și a ordinelor de plată. 4. Publicitatea la locul de vânzare: • concept • forme de PLV 5. Reclamă și publicitate: • concept, • obiectivele publicității • forme publicitare • bugetul de publicitate • evaluarea acțiunilor publicitare Realizarea și promovarea ofertei on-line.	etapelor negocierii și a fiecărei etape în parte, caracterizarea vânzării creative. Simularea de tranzacții interne și externe în cadrul F.E. Acțiuni pentru identificarea formelor de PLV. Exerciții de prezentare a obiectivelor și formelor de publicitate și elaborare a bugetului de publicitate, precum și evaluarea eficienței publicității. Realizarea de proiecte în echipă prin care se vor analiza comparativ ofertele on-line a două firme concurente directe. Realizarea și actualizarea ofertei on-line a F.E.
--	--	--	---	--

URÎ 13: Gestionarea unității comerciale

13.1.11. Precizarea formelor moderne de vânzare; 13.1.12. Enumerarea caracteristicilor formelor moderne de vânzare; 13.1.13. Precizarea avantajelor și dezavantajelor formelor moderne de vânzare.	13.2.11. Aplicarea formelor moderne de vânzare; 13.2.12. Procesarea documentelor aferente formelor moderne de vânzare; 13.2.13. Elaborarea bazelor de date cu clienți și mărfuri	13.3.4. Manifestarea responsabilității în aplicarea formelor moderne de vânzare luând în considerare avantajele oferite de acestea și sortimentul de mărfuri comercializate; 13.3.5. Manifestarea capacității de răspuns la solicitările clienților.	Forme moderne de vânzare fără magazin și sisteme moderne de decontare a cumpărăturilor: - precizarea formelor de comerț fără magazine; - avantaje și dezavantaje; - condiții de aplicabilitate a formelor de vânzare fără magazine. Elaborarea bazelor de date cu clienți și mărfuri.	Elevii vor identifica prin intermediul unor lecții de documentare, individuale și/sau de grup, cu ajutorul Internetului și a presei scrise de specialitate, forme moderne de vânzare și sisteme de decontare a cumpărăturilor pentru firme din județul Buzău care aplică aceste forme. Studii comparative privind avantajele și dezavantajele formelor moderne de vânzare; Elevii vor ține evidența stocurilor de mărfuri din oferta F.E., a clienților și a furnizorilor.
---	---	--	---	---

				Se vor întocmi proiecte prin care se vor argumenta deciziile de diversificare a formelor de vânzare la firmele moderne de comerț.
--	--	--	--	---

Se recomandă studierea conținuturilor în următoarea ordine:

CAP.I Inovații în comerțul modern;
 CAP.II Forme moderne de vânzare fără magazin și sisteme moderne de decontare a cumpărăturilor;
 CAP. III Comerțul electronic;
 CAP. IV Planificarea, aplicarea și evaluarea tehnicilor moderne de comerț, adaptate la specificul și condițiile firmei de comerț;
 CAP. V Tehnici promoționale la nivelul magazinului;
 CAP. VI Realizarea și promovarea ofertei on-line;
 CAP. VII Elaborarea bazelor de date cu clienți și mărfuri.

3. Lista minimă de resurse materiale necesare dobândirii rezultatelor învățării

Pentru desfășurarea în condiții optime a procesului de predare-învățare sunt necesare următoarele resurse:

- tablă;
- cretă;
- consumabile de birou;
- computere;
- conexiune la internet;
- flipchart, markere;
- filme didactice;
- ziare și reviste de specialitate;
- videoplayer;
- videoproiector;
- literatură de specialitate și documente specifice;
- alte tipuri de dotări, identificate de cadrele didactice ca fiind necesare pentru activitățile planificate.

Documente

- cataloage, albume, pliante, ghiduri, hărți, broșuri, ș.a., specifice activităților de comerț
- materiale promoționale
- elemente de identificare: etichete, simboluri
- materiale destinate vânzării

4. Sugestii metodologice

La baza elaborării Curriculumului stau unitățile de rezultate ale învățării care se regăsesc în Standardul de Pregătire Profesională, rezultate ale învățării ce vor fi evaluate numai în cadrul acestui modul de către profesor. Se recomandă parcurgerea tabelului de

corelare a rezultatelor învățării cu conținuturile învățării care reprezintă condiții de aplicabilitate din SPP-ul pentru unitățile de rezultate ale învățării respective. Orele se desfășoară în sala de clasă, dotată conform recomandărilor precizate anterior. Selecția metodelor didactice adecvate competențelor care urmează a fi formate oferă o serie de avantaje, cum ar fi:

- centrarea procesului de învățare pe elev, pe nevoile și disponibilitățile sale, în scopul unei valorificări optime ale acestora;
- individualizarea învățării;
- lărgirea orizontului și a perspectivelor educaționale;
- diferențierea sarcinilor și a timpului alocat.

Exemple de metode didactice recomandate, centrate pe elev.

Se pot utiliza metode ca: observația, munca independentă, experimentul, simularea, problematizarea, jocul de rol, exercițiul, discuțiile în grup care stimulează critica, învățarea prin proiecte, studiul de caz, brainstormingul, etc.

Aceste metode se caracterizează prin faptul că:

- sunt centrate pe elev și pe activitate;
- stimulează învățarea eficientă;
- pun accent pe dezvoltarea gândirii, formarea aptitudinilor și a deprinderilor;
- încurajează participarea elevilor, creativitatea, inițiativele;
- dezvoltă spiritul de echipă;
- stimulează asumarea responsabilității;
- determină un parteneriat profesor - elev;
- au un puternic accent formativ, nu informativ;
- presupun folosirea unui limbaj simplu, accesibil;
- adaptează metodele de lucru la nivelul clasei.

Vor fi promovate situațiile din viața reală și se va urmări în primul rând aplicarea cunoștințelor la probleme reale, pentru a se ține cont în măsură mai mare de nevoile elevilor, ale angajaților și ale societății. Elevilor li se permite să aplice propriul mod de înțelegere a conținutului, prin descoperire, conversație și realizarea de materiale cum ar fi: proiecte, scheme, portofolii.

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

Numărul de ore alocat fiecărei teme rămâne la latitudinea cadrelor didactice care predau modulul, în funcție de dificultatea temei și de importanța ei, de nivelul de cunoștințe anterioare ale colectivului cu care lucrează și de ritmul de lucru al colectivului instruit.

- Elevii preiau controlul asupra planificării necesare rezolvării activităților (sub îndrumare);
- Profesorii acționează ca mentori (contribuție maximă);
- Toți participanții (profesorii, elevi) au un rol flexibil în procesul de evaluare;
- Cunoașterea teoretică este dobândită în urma unor abordări mai degrabă active, decât pasive (presupunând discuții de grup, cercetarea practică, interviuri, sesiuni de brainstorming);
- Preferințele de învățare ale elevului sunt recunoscute și apreciate;
- Elevii sunt încurajați să gândească pe cont propriu, să rezolve probleme și să-și facă planuri de unii singuri;

- Munca în echipă este o cerință, iar elevii sunt încurajați să joace roluri diferite în situațiile din echipă (nejucând întotdeauna același rol);
- Elevii trebuie să-și folosească cunoștințele și ceea ce au învățat în situații de viață și medii reale;

Manifestarea unui comportament potrivit într-un context dat (înțelegerea contextului de afaceri și social), de exemplu, îmbrăcăminte, limbaj, punctualitate.

Exemplificare:

Lucrul în echipă și prezentarea pot fi utilizate la **tema Realizarea ofertei on-line a F.E.**

Cunoștințe	Abilități	Atitudini
9.1.12. Descrierea metodelor și tehnicilor de promovare	9.2.13. Utilizarea de instrumente digitale pentru a produce, prezenta și înțelege informații legate de întreprindere	9.3.6. Argumentarea rațională a utilizării cu responsabilitate a mijloacelor media interactive

Obiective:

- identificarea elementelor obligatorii ale unei oferte on line;
- construirea de materiale promoționale specifice activității firmei de exercițiu.

Posibilitati de utilizare:

- la întocmirea planului de afaceri;
- la realizarea materialelor publicitare.

Mod de organizare a activităților:

- activitate pe grupe.

Resurse materiale:

- calculatoare conectate la Internet, videoproiector.

Durață: 100 minute.

Pregătire: 10 minute.

Realizare: 60 minute.

Evaluare și feedback: 30 minute.

Desfășurare:

Pregătire

- se grupează participanții în cadrul firmei de exercițiu în 2 grupe.

Realizare

- fiecare grupă realizează oferta firmei de exercițiu, folosind un program la alegere (Microsoft Office Word, Microsoft Office PowerPoint, etc.);
- câte un reprezentant din fiecare grupă prezintă oferta realizată.

Evaluare și feedback

- fiecare echipă acordă feedback celeilalte echipe făcând referire la respectarea cerințelor de realizare a unei oferte și cu privire la design.

- se preiau cele mai bune elemente din oferta fiecărei grupe și se definitivează oferte F.E., după care se postează pe platforma ROCT, în contul F.E., respectiv pe site-ul F.E.

Recomandări:

- oferta trebuie să conțină:
 - elementele de identificare ale ofertantului;
 - denumirea exactă a produselor/serviciilor;
 - descrierea caracteristicilor produselor/serviciilor;
 - calitatea produselor;
 - prețul (eventualele reduceri de preț);
 - condiții și termene de livrare;
 - durata de valabilitate a ofertei.

5. Sugestii cu privire la evaluare

Conceperea unui instrument de evaluare impune analiza elementelor care vor fi acceptate ca probe și modul în care vor fi măsurate sau estimate acestea. În mod ideal, schema de evaluare, care include modele de întrebări și de soluții la probleme, ar trebui pregătită în același timp cu instrumentul de evaluare, asigurându-se astfel complementaritatea lor, precum și certificarea capacității elevilor de a răspunde întrebărilor/sarcinilor în timpul alocat.

Evaluarea reprezintă partea finală a demersului de proiectare didactică, prin care profesorul va măsura eficiența întregului proces instructiv-educativ. Evaluarea urmărește măsura în care elevii au achiziționat rezultatele învățării propuse în standardele de pregătire profesională.

Evaluarea rezultatelor învățării poate fi:

- La începutul modului – evaluare inițială.*
 - Instrumentele de evaluare pot fi orale și scrise.
 - Reflectă nivelul de pregătire al elevului.
- În timpul parcurgerii modului, prin forme de verificare continuă a rezultatelor învățării.*
 - Planificarea evaluării trebuie să se deruleze după un program stabilit, evitându-se aglomerarea evaluărilor în aceeași perioadă de timp.
- Finală*
 - Realizată printr-o metodă cu caracter aplicativ și integrat la sfârșitul procesului de predare/ învățare și care informează asupra îndeplinirii criteriilor de realizare a cunoștințelor, abilităților și atitudinilor (ex: proiecte, referate, teste).

Se propun următoarele **instrumente de evaluare inițială**:

- ☐ Întrebări;
- ☐ Chestionare;
- ☐ Exerciții de tipul știu/vreau să știu/am învățat;
- ☐ Brainstorming.

Sugerăm următoarele **instrumente de evaluare continuă**:

- ☐ Fișe de observație;
- ☐ Fișe test;

- ☐ Fișe de lucru;
- ☐ Fișe de autoevaluare;
- ☐ Fișe de monitorizare a progresului;
- ☐ Fișe pentru evaluarea/ autoevaluarea abilităților specifice;
- ☐ Teste de verificare a cunoștințelor cu: itemi cu alegere multiplă, itemi alegere duală, itemi de completare, itemi de tip pereche, itemi de tip întrebări structurate sau itemi de tip rezolvare de probleme;
- ☐ Fișa de autoevaluare a capacității colaborative;
- ☐ Lista de verificare a proiectului;
- ☐ Brainstorming;
- ☐ Planificarea proiectului;
- ☐ Mozaicul;
- ☐ Fișă de observație;
- ☐ Jurnalul elevului;
- ☐ Teme de lucru;
- ☐ Prezentare.

Propunem următoarele **instrumente de evaluare** finală:

- ☐ Chestionare - cu grile de evaluare/autoevaluare;
- ☐ Proiectul - prin care se evaluează metodele de lucru, utilizarea corespunzătoare a bibliografiei, materialelor și echipamentelor, acuratețea tehnică, modul de organizare a ideilor și materialelor într-un raport. Poate fi abordat individual sau de către un grup de elevi;
- ☐ Studiul de caz - care constă în descrierea unui produs, a unei imagini sau a unei înregistrări electronice care se referă la un anumit proces tehnologic;
- ☐ Portofoliul - care oferă informații despre rezultatele școlare ale elevilor, activitățile extrașcolare etc.
- ☐ Probe practice- oferă posibilitatea evaluării capacității de aplicare a cunoștințelor teoretice în rezolvarea unor probleme practice.

Rezultatele învățării/ competențele cheie dobândite se evaluează **integrat** în situațiile în care s- a realizat agregarea acestora în unitățile respective și **separat** în situațiile în care pot fi individualizate în contextul profesional.

Evaluarea implică **observarea, evaluarea produsului, chestionarea**, toate metodele de evaluare, încadrându-se în una sau mai multe din aceste categorii:

Elevul este supus evaluării prin probe de evaluare diferite, în momente diferite, iar rezultatul final al evaluării are în vedere progresul realizat de acesta.

Exemple de probe de evaluare:

Pentru **URÎ 9: Aplicarea politicilor de marketing**, probele de evaluare pot fi:

- **Probe scrise de evaluare** prin care elevul demonstrează că este capabil să identifice particularități privind etalarea mărfurilor, așa cum se specifică în rezultatele învățării și a precizărilor privind criteriile și indicatorii de realizare a acestora. **Probe orale**, prin care elevul demonstrează că poate prezenta modalități de negociere, conform rezultatelor învățării și a precizărilor privind criteriile și indicatorii de realizare a acestora

Exemplificarea evaluării rezultatelor învățării:

Cunoștințe	Abilități	Atitudini
9.1.12.Descrierea metodelor si tehnicilor de promovare	9.2.12. Dezvoltarea creativității și aplicarea ei în diverse contexte profesionale	9.3.7. Raportarea creativă și expresivă a propriilor puncte de vedere la opiniile altor persoane (clienții)

Activitate: Descrierea și aplicarea etapelor negocierii vânzării în cadrul firmei de exercițiu.

Obiective:

- Să definească conceptul de negociere
- Să identifice etapele negocierii
- Să descrie etapele negocierii
- Să simuleze negocierea pentru un produs/serviciu din oferta F.E.

- Criterii și indicatori de realizare și ponderea acestora

Nr. crt.	Criterii de realizare și ponderea acestora		Indicatorii de realizare și ponderea acestora		Punctaj
1.	Primirea și planificarea sarcinii de lucru	30%	Selectarea materialelor de lucru: fișa individuală (fișa text), foi flipchart pentru prezentarea rezultatelor.	30%	9
			Studierea în mod independent a negocierii	70%	21
2.	Realizarea sarcinii de lucru	40%	Respectarea etapelor de lucru prezentate de profesor.	20%	8
			Prezentarea etapelor negocierii în cadrul fiecărui grup de lucru (grup de experți).	40%	16
			Colaborarea cu membrii echipei inițiale de învățare.	40%	16
3.	Prezentarea și promovarea sarcinii realizate	30%	Folosirea corectă a terminologiei de specialitate.	20%	6
			Prezentarea ideilor esențiale pe foi de flipchart.	20%	6
			Asimilarea și transmiterea corectă a informațiilor.	60%	18
Total					100 p

Fișa de evaluare a activității

Criterii de apreciere a performanței:	Punctaj	
	Maxim	Acordat
1. Selectarea materialelor de lucru: fișa individuală (fișa text), foi flipchart pentru prezentarea rezultatelor	8	

2. Studiarea în mod independent a negocierii vânzării	21	
3. Respectarea etapelor de lucru prezentate de profesor	9	
4. Dezbaterile etapelor negocierii pentru un produs în cadrul fiecărui grup de lucru (grup de experți)	16	
5. Colaborarea cu membrii echipei inițiale de învățare	16	
6. Folosirea corectă a terminologiei de specialitate	6	
7. Simularea negocierii vânzării pentru un produs/serviciu din oferta F.E.	6	
8. Asimilarea și transmiterea corectă a informațiilor	18	
TOTAL	100	

6. BIBLIOGRAFIE:

- Bărbulescu, C., Gavrilă T., (coord.), Economia și gestiunea întreprinderii, Editura Economică, București, 1999
- Colectiv de autori - "Criterii-cadru de etalare a marfurilor si prezentare a magazinelor", Editor: Institutul de Economia Comertului si a Turismului, O/DE, Bucuresti, 1985
- Constantinescu, D., Tumbăr, C., Nistorescu, T., Meghișan, Gh., Economia întreprinderii, Editura Economică, București, 2000
- Constantin Tudose - coordonator, Ana Lucia Ristea, Tehnologia comercializării mărfurilor, manual pentru licee economice, administrative si de servicii, clasele a X - a si a XI- a, scoli profesionale comerciale anul I si II.
- Tântica Petre, Valentina Capotă - Comerț, manual pentru cls. a X-a - Editura CD PRESS, Bucuresti, 2010
- Tântica Petre, Valentina Capotă - Comerț, manual pentru cls. a IX-a - Editura CD PRESS, București, 2010
- Ana Lucia Ristea, Constantin Tudose, Valeriu Ioan Franc - Tehnologie comerciala, Editura Expert, București, 1999
- Constantin Tudose, Ana Lucia Ristea, Petre Șerban, Vasile Dinu - Tehnologia Comercializării Mărfurilor, Editura Didactică și Pedagogică R.A , București, 1994
- TANȚĂU, A.D. *Rolul culturii organizaționale în promovarea inovațiilor. Management & marketing*. București: ASEB.
- BĂLOIU, L.M., FRĂSINEANU, I. *Gestiunea inovației*. București: Editura Economică, 2001.
- <http://www.danvasilache.info/ePCap6.pdf>;
- <https://afaceri.net/ecommerce/>
- <http://www.qreferat.com/referate/economie/Comertul-fara-magazine156.php>
- <http://www.rasfoiesc.com/business/marketing/Modalitati-de-plata-utilizate-76.php>
- Alexandru Burda, Comerț electronic. Suport de curs; Editura Pro Universitaria, Bucuresti, 2017
- Ștefănescu Mihaela (coord.), Ghidul firmei de exercițiu – Cea mai bună practică, E.D.P. București, 2012

