



Ministerul Educației al Republicii Moldova

Colegiul Național de Comerț al ASEM

Aprob:

Directorul Colegiului Național de Comerț al ASEM

Lidia Plesca

2017



Curriculumul disciplinar

F.02.O.010 Organizarea și tehnologia comerțului

Specialitatea: 41620 **Comerț**

Calificarea: 332401 **Agent comercial**

Numărul de credite - 3

Chișinău, 2017

Curriculumul a fost elaborat în cadrul Proiectului *EuropeAid/133700/C/SER/MD/12*
"Asistență tehnică pentru domeniul învățământ și formare profesională
în Republica Moldova",
implementat cu suportul financiar al Uniunii Europene



Autori:

Nicolai Svetlana, profesoară de discipline comerciale, grad didactic unu, Colegiul Național de Comerț al ASEM

Dumbrava Dorina, profesoară de discipline comerciale, grad didactic doi, Colegiul Cooperatist din Moldova

Aprobat de:

Consiliul metodic-științific al Colegiului Național de Comerț al Academiei de Studii Economice din Moldova

Director Colegiul Național de Comerț al ASEM _____

Lidia Pleșca

8
proces verbal nr. 5
2017



Recenzenti:

1. M. Cernavca, conf. univ., dr.
2. "Moldretail Group" SRL

Adresa Curriculumului în Internet:

Portalul național al învățământului profesional tehnic
<http://www.ipt.md/ro/produse-educationale>



Cuprinsul

1. Preliminarii.....	4
2. Motivația, utilitatea disciplinei pentru dezvoltarea profesională.....	5
3. Competențele profesionale specifice disciplinei	5
4. Administrarea disciplinei.....	6
5. Unitățile de învățare.....	6
6. Repartizarea orientativă a orelor pe unități de învățare.....	7
7. Studiul individual ghidat de profesor.....	8
8. Lucrările practice recomandate.....	8
9. Sugestiile metodologice.....	9
10. Sugestiile de evaluare a competențelor profesionale.....	15
11. Resursele necesare pentru desfășurarea procesului de studii.....	17
12. Resursele didactice recomandate elevilor.....	17

I. Preliminarii

Într-o lume în continuă schimbare, învățarea devine din ce în ce mai mult o necesitate și o prioritate – este cheia pentru angajabilitate, pentru succesul economic și permite elevilor să participe deplin la viața socială.

Corelarea dintre cererea pieței forței de muncă și oferta educațională va avea un impact considerabil asupra dezvoltării economice. Importanța parteneriatului dintre sistemul educațional și piața muncii trebuie să conducă la generarea unei oferte educaționale care să corespundă cantitativ, calitativ și structural cererii de forță de muncă.

Curriculumul disciplinar “*Organizarea și tehnologia comerțului*” este un document normativ și obligatoriu pentru realizarea procesului de pregătire a agenților comerciali în învățământul profesional tehnic postsecundar și postsecundar nonterțiar, axat pe cunoașterea sistemului de activități principale și secundare, desfășurate simultan sau consecutiv într-o unitate comercială, generate de noi exigențe ale comerțului cu privire la aprovizionarea cu mărfuri, recepționarea după cantitate și calitate, amplasarea unității comerciale, imaginea magazinului, organizarea spațiului comercial și formele de vânzare practicate în comerțul modern.

Importanța studierii unității de curs ” *Organizarea și tehnologia comerțului*” constă în:

- administrarea și dezvoltarea portofoliului de clienți și de furnizor autohtoni și străini,
- însușirea procedurilor de negociere și de organizare a achiziționării, aprovizionării și vânzării mărfurilor,
- prezentarea, promovarea și vânzarea produselor în conformitate cu standardele și politicile comerciale ale companiei,
- pregătirea specialiștilor pentru realizarea în practică a proceselor comerciale.

Procesul de învățământ nu este numai o acțiune de transmitere a cunoștințelor din partea profesorului și de acumulare acestora din partea elevului, dar și un proces social și psihosocial, având ca scop pregătirea elevului pentru viață.

Din aceste considerente, scopul studierii acestei discipline constă în învățarea și pregătirea elevului cât mai mult de idealul „***fiecare persoană la locul ei de muncă să fie un specialist, ba chiar un expert în problematica de care se ocupă***”.

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

G.01.O.002 Bazele comerțului

F.01.O.009 Fundamentele merceologiei

II. Motivația, utilitatea disciplinei pentru dezvoltarea profesională

În contextul economic actual, caracterizat de concurența acerbă dintre agenții economici de pe piață, în condițiile globalizării și extinderii marilor rețele comerciale, realizarea unui comerț modern și adaptat exigențelor consumatorilor necesită cunoașterea și utilizarea celor mai performante tehnologii comerciale. Punctul de vânzare, inima comerțului cu amănuntul, nu este numai un simplu spațiu, ci și un creator de valoare, care se adaugă produselor vândute, pentru că el oferă consumatorului un serviciu în plus față de cel asigurat de către producător prin produsul creat. Frecventând un magazin, consumatorul economisește timp, efort, nefiind nevoie să se adreseze fiecărui producător, pentru a-și acoperi cerințele de consum.

Studierea acestui curs va contribui la formarea și dezvoltarea de competențe profesionale, ce corespund nivelului patru de calificare bazate pe:

- cunoștințe și principii generale din domeniul tehnologiilor comerciale ale unui punct de vânzare, care vor atrage consumatorii, vor face să între în magazin, vor face să cumpere și vor face să revină;
- abilități cognitive și practice necesare pentru aprovizionarea cu mărfuri, recepționarea acestora după cantitate și calitate, evaluarea factorilor de influență a poziției magazinului, crearea unui design memorabil, organizarea interioară a spațiului magazinului și determinarea metodelor și tehnicilor de vânzare, pentru practicarea unui comerț modern și civilizat;
- organizarea rațională a proceselor tehnologice în cadrul unităților comerciale, prin studierea și implementarea tehnologiilor comerciale moderne.

Prin urmare, fiecare tip de magazin, prin ambianța sa proprie, trebuie să transmită un mesaj clientului și să creeze o atmosferă plăcută pentru cumpărător, deoarece aceasta ambianță produce efecte emoționale asupra cumpărătorului și sporește probabilitatea lui de a cumpăra.

Competențele formate și dezvoltate în cadrul acestei discipline vor fi necesare pentru studierea unităților de curs orientate spre pregătirea, etalarea și comercializarea mărfurilor în comerț. De asemenea, ele vor fi de folos în activitatea profesională a agentului comercial, în special, în activitățile cerute la locul de muncă în cadrul unităților de comerț cu ridicata și cu amănuntul.

III. Competențele profesionale specifice disciplinei

În cadrul disciplinei vor fi formate și dezvoltate următoarele competențe profesionale specifice:

- CS.1 Studiarea conceptelor, noțiunilor, funcțiilor proceselor tehnologice comerciale
- CS.2 Reflectarea etapelor de dezvoltare a comerțului cu amănuntul
- CS.3 Organizarea și tehnologia realizării procesului de recepționare a mărfurilor în magazine
- CS.4 Perfectarea documentelor ce atestă cantitatea și calitatea mărfurilor
- CS.5 Caracteristica unităților comerciale cu amănuntul

CS.6 Alegerea amplasamentului potențial al unui punct de vânzare în funcție de următoarele grupe de criterii: caracteristici socio – demografice și economice

CS.7 Evaluarea componentelor designului exterior și interior al suprafeței comerciale

CS.8 Organizarea spațiului de vânzare

CS.9 Dispunerea sistemelor de amenajare în sala comercială

CS.10 Repartizarea fluxurilor de circulație

CS.11 Dimensionarea și orientarea căilor de circulație

CS.12 Implantarea raioanelor în sala comercială

CS.13 Formarea sortimentului de mărfuri în unitățile de comerț cu amănuntul

CS.14 Determinarea metodelor și tehnicilor de vânzare utilizate în comerțul modern

IV. Administrarea disciplinei

Codul disciplinei	Denumirea disciplinei	Semestrul	Numărul de ore				Modalitatea de evaluare	Numărul de credite
			Total	Contact direct		Studiul individual		
				Teorie	Practică			
F.02.O.010	Organizarea și tehnologia comerțului	II	90	40	20	30	Examen	3

V. Unitățile de învățare

Unitatea de învățare/Unitățile de competență	Unitățile de conținut
Tema nr.1 Tehnologia comercială	
UC1.1 Argumentarea necesității implementării tehnologiilor comerciale moderne în unitățile comerciale UC1.2 Descrierea proceselor tehnologice comerciale din cadrul unităților comerciale	1.1 Concept, componente, tendințe în evoluția domeniul tehnologiilor comerciale 1.2 Componente secvențiale ale procesului tehnologic din cadrul unităților comerciale
Tema nr.2 Organizarea și tehnologia aprovizionării unităților comerciale	
UC2.1 Argumentarea necesității aprovizionării cu marfă a unităților comerciale UC2.2 Reflectarea principiilor și cerințelor de organizare a procesului de aprovizionare UC2.3 Descrierea formelor și metodelor de aprovizionare UC 2.4 Precizarea surselor de aprovizionare și graficelor de aprovizionare	2.1 Noțiuni, rol și esența aprovizionării cu mărfuri a unităților comerciale 2.2 Principiile și cerințele organizării procesului de aprovizionare 2.3 Formele și metodele de aprovizionare cu mărfuri 2.4 Sursele de aprovizionare și elaborarea rutelor, graficelor de aprovizionare
Tema nr.3 Organizarea proceselor comercial – tehnologice în unitățile de comerț cu amănuntul	
UC 3.1 Definirea noțiunii de recepție a mărfurilor UC 3.2 Argumentarea necesității efectuării recepției mărfurilor după cantitate și calitate UC 3.3 Descrierea etapelor de recepționare a mărfurilor după cantitate și calitate UC 3.4 Examinarea documentelor necesare recepției mărfurilor	3.1 Organizarea și tehnologia realizării procesului de recepționare a mărfurilor în magazine 3.2 Recepția mărfurilor în magazin conform cantități 3.3 Recepția mărfurilor în magazin conform calității 3.4 Perfectarea documentelor în caz de atestare a deficitului la recepția mărfurilor
Tema nr.4 Organizarea comerțului cu amănuntul	

UC4.1 Reglementarea activităților în comerțul cu amănuntul	4.1 Reguli specifice de desfășurare a comerțului cu amănuntul
UC4.2 Caracterizarea unităților comerciale cu amănuntul	4.2 Clasificarea unităților comerciale cu amănuntul
UC4.3 Distingerea structurilor de vânzare practicate în comerț	4.3 Structurarea formelor de vânzare în comerțul cu amănuntul
Tema nr.5 Amplasarea unităților de comerț cu amănuntul	
UC5.1 Identificarea importanței și factorilor de influență a poziției magazinului	5.1 Importanța și factorii de influență a poziției magazinului
UC 5.2 Determinarea principiilor de amplasare rațională a unităților comerciale	5.2 Aria de piață și de atracție comercială
	5.3 Principii de amplasare rațională a unităților de comerț cu amănuntul
Tema nr.6 Designul punctelor de vânzare	
UC6.1 Descrierea elementelor designului exterior	6.1 Designul exterior al magazinelor – imaginea magazinului
UC6.2 Caracterizarea elementelor designului interior	6.2 Designul interior al magazinului
Tema nr.7 Organizarea spațiului de vânzare	
UC7.1 Analizarea efectelor psihologice ale magazinului asupra consumatorului	7.1 Definirea, importanța și efectele psihologice ale magazinului
UC7.2 Repartizarea suprafețelor comerciale	7.2 Componentele principale ale suprafețelor comerciale
UC7.3 Descrierea sistemelor de amenajare a sălii comerciale	7.3 Forma și mărimea sălii de vânzare
UC7.4 Caracterizarea fluxurilor de circulație	7.4 Sisteme de amenajare a raioanelor
	7.5 Fluxurile de circulație
Tema nr.8 Formele de vânzare	
UC8.1 Determinarea formelor de vânzare	8.1 Clasificarea formelor de vânzare
UC8.2 Descrierea formelor de vânzare de contact	8.2 Vânzările de contact
UC8.3 Descrierea formelor de vânzare impersonale	8.3 Vânzările impersonale
UC8.4 Precizarea tehnicilor moderne de vânzare destinate să atragă consumatorul	8.4 Tehnici de vânzare destinate să atragă clientela
Tema nr.9 Tehnologia sortimentului de mărfuri	
UC9.1 Identificarea sortimentului de mărfuri	9.1 Caracteristici, dimensiuni ale sortimentului de mărfuri
UC9.2 Descrierea tipologiei sortimentului de mărfuri	9.2 Tipologia sortimentului de mărfuri
UC9.3 Precizarea factorilor ce determină formarea sortimentului de marfă	9.3 Factorii care determină formarea sortimentului de marfă în magazin

VI. Repartizarea orientativă a orelor pe unitățile de învățare

Nr. crt.	Unitățile de învățare	Numărul de ore			
		Total	Contact direct		Studiul individual
			Teorie	Practică	
1	Tehnologia comercială	4	4	-	-
2	Organizarea și tehnologia aprovizionării unităților comerciale	6	4	2	-
3	Organizarea proceselor comercial – tehnologice în unitățile de comerț cu amănuntul	6	4	2	-
4	Organizarea comerțului cu amănuntul	12	4	2	6

5	Amplasarea unităților de comerț cu amănuntul	12	4	2	6
6	Designul punctelor de vânzare	12	4	2	6
7	Organizarea spațiului de vânzare	16	6	4	6
8	Formele de vânzare	16	6	4	6
9	Tehnologia sortimentului de mărfuri	6	4	2	-
	Total	90	40	20	30

VII. Studiul individual ghidat de profesor

Materiile pentru studiul individual	Produsele de elaborat	Modalitățile de evaluare	Termenii de realizare
1. Organizarea comerțului cu amănuntul			
1.1. Descrierea unităților de comerț cu amănuntul	Studiul de caz	Prezentarea studiului	Săptămâna 1
2. Amplasarea unităților de comerț cu amănuntul			
2.1 Evaluarea amplasamentului unui punct de vânzare	Studiul de caz	Prezentarea studiului	Săptămâna 1
3. Designul punctelor de vânzare			
3.1 Crearea unei identități memorabile prin design	Studiul de caz	Prezentarea studiului	Săptămâna 1
4. Organizarea spațiului de vânzare			
4.1 Dispunerea sistemelor de amenajare a raioanelor în cadrul sălii comerciale 4.2 Localizarea raioanelor în sala comercială 4.3 Orientarea fluxurilor de circulație	Studiul de caz Cercetarea	Prezentarea studiului	Săptămâna 1
5. Formele de vânzare			
5.1. Selectarea formelor de vânzări practicate în unitățile comerciale	Studiul de caz	Prezentarea studiului	Săptămâna 1

VIII. Lucrările practice recomandate

Nr. d/o	Unitățile de învățare	Lista lucrărilor practice	Ore
1.	Organizarea și tehnologia aprovizionării unităților comerciale	Elaborarea și argumentarea comenzilor pentru aprovizionarea curentă	2
2.	Organizarea proceselor comercial – tehnologice în unitățile de comerț cu amănuntul	Examinarea actelor legislative, ce atestă cantitatea și calitatea mărfurilor recepționate de la furnizor sau producător	2
3.	Organizarea comerțului cu amănuntul	Selectarea unităților comerciale, ce activează în or. Chișinău sau pe teritoriul Republicii Moldova în baza Nomenclatorului - tip	2
4.	Amplasarea unităților de comerț cu amănuntul	Determinarea caracteristicilor socio – demografice și economice ale unui punct de vânzare	2

5.	Designul punctelor de vânzare	Evaluarea aspectului exterior și interior al magazinului	2
6.	Organizarea spațiului de vânzare	Dimensionarea sistemelor de amenajare a sălii comerciale și orientarea fluxurilor de circulație	4
7.	Formele de vânzare	Practicarea formelor de vânzare în comerț	4
8.	Tehnologia sortimentului de mărfuri	Reprezentarea subdiviziunilor sortimentului de mărfuri	2
	În total		20

IX. Sugestiile metodologice

Comerțul este o ramură importantă a economiei naționale, un complex de activități cu importanță socială, care trebuie să corespundă nivelului general de dezvoltare a comunității pe care o deservește.

Pentru desfășurarea activității de comerț în condițiile moderne, firmele comerciale trebuie să asigure un grad sporit de competitivitate, care presupune, cunoașterea procesului comercial, a operațiunilor comerciale și a procedurilor comerciale legate de recepționarea, păstrarea, organizarea și deservirea consumatorilor în unitățile de comerț angro și cu amănuntul.

Unitatea de curs „Organizarea și tehnologia comerțului” oferă posibilitatea parcurgerii treptate a conținuturilor ocupaționale, de la simplu la complex, în vederea obținerii unei calificări comerciale la finele fiecărei etape de instruire pentru a asigura șansele de avansare profesională pe piața muncii a viitorilor specialiști. Caracterul unității de curs „Organizarea și tehnologia comerțului” asigură receptivitate la schimbările de pe piața muncii și flexibilitate în structurarea ofertelor de instruire pentru diverse categorii de beneficiari.

Orientarea strategiilor didactice spre formarea de competențe necesare elevului. În procesul de instruire orientat spre formarea competențelor profesionale la unitatea de curs „Organizarea și tehnologia comerțului”, vor fi aplicate metodele de predare-învățare ce asigură dezvoltarea și consolidarea celor trei componente ale competențelor: cunoștințe, abilități și atitudini.

Componenta **cunoștințe** reprezintă înțelegerea teoretică sau practică a unor cunoștințe din domeniul comerțului pentru a face față cerințelor unui loc de muncă, care să-l ajute pe viitorul specialist la angajarea în câmpul muncii.

Componenta **abilități** va dezvolta capacități de exersare pentru a îndeplini sarcini specifice locului de muncă în cadrul unei unități comerciale. Capacitatea de a comunica și comercializa poate fi o abilitate atâta timp cât reușește un agent comercial să își conducă echipa sau să convingă clienții să cumpere un produs. În acest caz, cele mai recomandate strategii au un caracter aplicativ și formează la elevi abilități **acțional - practice**.

Componenta **atitudini** orientează elevii spre succes, deschidere spre a învăța, cooperare, responsabilitate, leadership, orientare spre munca în echipă. În acest scop, se vor aplica strategii care

formează la elevi valori și atitudini personale: studiul de caz, interviul, jocul de rol, dezbateră, asaltul de idei, simularea, problematizarea, etc.

Strategiile, metodele și tehnicile utilizate în procesul de formare a competențelor se vor realiza în cadrul unor forme de organizare a acțiunii didactice, cum ar fi: *activități frontale, activități în grup și activități individuale*.

Aceste forme de activitate prezintă anumite valențe formative: activitatea în grup contribuie la formarea competenței de comunicare, dezvoltând și abilități de parteneriat, de cooperare, colaborare, luare de decizii etc., iar activitatea individuală dezvoltă abilități de acțiune independentă, autoinstruire, responsabilitate etc.

La alegerea strategiilor didactice se va ține cont de următorii factori: scopurile și obiectivele propuse; conținuturile stabilite; resursele didactice, nivelul de pregătire inițială și capacitățile elevilor, competențele ce trebuie dezvoltate.

Se recomandă utilizarea într-o cât mai mare măsură a *învățării centrate pe elev*. 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 diferită și un stil de învățare diferit.

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 (elaborarea unor mini proiecte cu teme date și o anumită structură sugerată de către cadrul didactic);

- studiul de caz;
- 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 instrucționale de tipul: Evocare, Realizarea sensului, Reflecție, Extindere.

Variatatea metodelor de predare-învățare-evaluare va asigura asimilarea mai lesne a materiei și servește ca instrument de stimulare a interesului elevilor față de disciplină și specialitate. Studiul individual ghidat de profesor va fi realizat pentru fiecare unitate de conținut, propunându-le elevilor în acest scop sarcini individualizate. Se recomandă aplicarea metodelor interactive de lucru cu elevii, cum ar fi discuția, comunicarea reciprocă, prezentarea.

Produsele recomandate pentru măsurarea competențelor cognitive

Nr. d/o	Unitățile de învățare	Produsele recomandate pentru măsurarea competențelor
1	Tehnologia comercială	Harta noțională, brainstorming-ul, investigarea, harta conceptuală, problematizarea
2	Organizarea și tehnologia aprovizionării unităților comerciale	Harta noțională, argumentarea orală, argumentarea scrisă, referatul, investigația, harta conceptuală, brainstorming-ul
3	Organizarea proceselor comercial – tehnologice în unitățile de comerț cu amănuntul	Problema rezolvată, studiul de caz, documente elaborate, informarea documentară, argumentarea orală, exercițiul rezolvat
4	Organizarea comerțului cu amănuntul	Proiectul, referatul, eseul structurat, investigația, studiul de caz
5	Amplasarea unităților de comerț cu amănuntul	Harta noțională, argumentare scrisă, argumentarea orală, rezumatul oral, rezumatul scris, investigația, studiul de caz, cercetarea
6	Designul punctelor de vânzare	Creativitatea, brainstorming-ul, interviul de grup, proiectul elaborat, studiul de caz, cercetare, metoda ciorchinelui, asaltul de idei, harta conceptuală, simularea, investigația
7	Organizarea spațiului de vânzare	Demonstrația, argumentarea scrisă, investigația, studiul de caz, cercetarea, schema la calculator, proiectul, simularea, realizarea de desene, scheme
8	Formele de vânzare	Harta noțională, studiul de caz, cercetarea, demonstrarea, proiectul, asaltul de idei, învățarea pe simulatoare
9	Tehnologia sortimentului de mărfuri	Jocul didactic, harta conceptuală, investigația, studiul de caz, rezumatul scris

Produsele recomandate pentru evaluarea nivelului de dezvoltare a competențelor cognitive

Nr. d/o	Produsele pentru măsurarea competențelor	Criteriile de evaluare a produselor
1.	Harta noțională	• Punerea în evidență a subiectului general • Elaborarea corectă a tabelii (schemei), de la noțiunile de bază spre cele specifice domeniului • Organizarea corectă a informației despre subiectul solicitat • Corectitudinea logică a formulărilor • Corectitudinea lingvistică a formulărilor • Originalitatea expunerii noțiunilor subiectului propus
2.	Demonstrația	• Corectitudinea ipotezei • Corectitudinea concluziei • Corectitudinea metodei de demonstrație • Originalitatea metodei de demonstrație • Corectitudinea raționamentelor • Calitatea prezentării textuale și grafice
3.	Problemă rezolvată	• Înțelegerea problemei. • Documentarea în vederea identificării informațiilor necesare în rezolvarea problemei. • Formularea și testarea ipotezelor. • Stabilirea strategiei rezolutive. • Prezentarea și interpretarea rezultatelor.
4.	Argumentare scrisă	• Corespunderea formulărilor temei • Selectarea și structurarea logică a argumentelor în corespundere cu tezele puse în discuție • Apelarea la propria experiență în argumentarea tezelor puse în discuție • Utilizarea unui limbaj adecvat și bogat, respectarea normelor literare
5.	Argumentarea orală	• 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 (întonația, gesturile, vocabularul etc.)
6.	Proiectul elaborat	• 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 structurarea 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
7.	Referatul	• Corespunderea referatului temei • Profunzimea și completitudinea dezvoltării temei • Adecvarea la conținutul surselor primare • Coerența și logica expunerii • Utilizarea dovezilor din sursele consultate • Gradul de originalitate și de noutate • Nivelul de erudiție • Modul de structurare a lucrării • Justificarea ipotezei legate de tema referatului • Analiza în detaliu a fiecărei surse de documentare
8.	Rezumatul oral	• Expune tematica lucrării în cauză • Utilizează formulări proprii, fără a distorsiona mesajul lucrării supuse rezumării • Expunerea orală este concisă și structurată logic • Folosește un limbaj bogat, adecvat tematicii lucrării în cauză • Respectarea coeficientului de reducere a textului: 1/3 din textul inițial
9.	Rezumatul scris	• Expune tematica lucrării în cauză • Utilizează formulări proprii, fără a distorsiona mesajul lucrării supuse rezumării • Textul rezumatului este concis și structurat logic • Folosește un limbaj bogat, adecvat tematicii lucrării în cauză • Fidelitatea: înțelegerea esențialului și reproducerea lui, nu trebuie să existe contrasens • Coerența: rezumatul are o unitate și un sens evidente, lizibile pentru cei care nu cunosc textul sursă • Progresia logică: înlănțuirea ideilor, prezentarea argumentelor sunt clare și evidente • Angajamentul autorului, aptitudine critică corect evaluată și transpusă • Respectarea modalităților de enunțare a textului sursă: rezumatul este o oglindă micșorată, dar fidelă textului sursă • Muncă pertinentă de reformulare: rezumatul nu este un colaj de citate • Respectarea coeficientului de reducere a textului: 1/4 din textul inițial • Stăpânirea normelor sintactice la nivel de prezentare logică a ideilor, frazelor, paragrafelor textului • Text formatat corect, lizibil; plasarea clară în pagină
10.	Studiul de caz	• Corectitudinea interpretării studiului de caz propus • Calitatea soluțiilor, ipotezelor propuse, argumentarea acestora • Corespunderea soluțiilor, ipotezelor propuse pentru rezolvarea adecvată a cazului analizat • Corectitudinea lingvistică a formulărilor

		• Utilizarea adecvată a terminologiei în cauză • Rezolvarea corectă a problemei, asociate studiului analizat de caz • Punerea în evidență a subiectului, problematicii și formularea studiului de caz • Logica sumarului • Referința la programe • Completitudinea informației și coerența între subiect și documentele studiate • Noutatea și valoarea științifică a informației • Exactitudinea rezultatelor și rigoarea probelor • Capacitatea de analiză și de sinteză a documentelor, adaptarea conținutului • Originalitatea studiului, a formulării și a realizării • Personalizarea (să nu fie lucruri copiate) • Aprecieră critică, judecată personală a elevului • Corectitudinea interpretării studiului de caz propus • Calitatea soluțiilor, ipotezelor propuse, argumentarea acestora • Corespunderea soluțiilor, ipotezelor propuse pentru rezolvarea adecvată a cazului analizat • Corectitudinea lingvistică a formulărilor • Rezolvarea corectă a problemei, asociate studiului analizat de caz
11.	Investigația	• Definirea și înțelegerea problemei investigate • Folosirea diverselor procedee pentru obținerea datelor necesare • Colectarea și organizarea datelor obținute • Formularea și verificarea ipotezei cu privire la problema luată în studiu • Alegerea și descrierea metodelor folosite pentru investigație • Prezentarea metodelor de cercetare/laborator în ordinea în care au fost utilizate • Comentariul comparativ al surselor de documentare • Descrierea observațiilor • Interpretarea personală a rezultatelor cercetării • Realizarea de desene, grafice, diagrame, tabele • Selectarea și oportunitatea surselor bibliografice • Rezumarea celor constatate într-o concluzie exprimată succint și raportată la ipoteza inițială • Modul de prezentare
12.	Brainstorming-ul	• Definirea problemei • Investigarea definiției - problemă • Definirea scopului ca soluție a problemei • Identificarea resurselor și limitelor (constrângerilor) • Identificarea strategiilor care sunt similare sau au legătură unele cu altele • Rezumarea deciziilor de grup
13.	Creativitatea	• Persoanele creative tind să fie independente, nonconformiste în gândire și acțiune, sunt relativ neinfluențate de alții • Capacitatea de a observa ceea ce este neobișnuit și diferit, de a vedea potențiale nerealizate în situații date, de a observa asemănări și analogii în experiențe diferite

		• Aptitudinea de a lăsa la o parte sistemele ferm structurate și stabilite • Dizolvarea sintezelor existente și de a utiliza elementele și concepțiile în afara contextelor inițiale, pentru a crea noi combinații, noi sisteme de relații • Prezentarea originalității în gândire și idei, vederea lucrurilor în modalități noi • Persoanele creative sunt curioase, entuziaste, optimiste
14.	Simularea didactică	• Experimentarea prin observarea comportamentului „unui model” la modificările unor parametri • Rezultatele simulării pot fi comparate cu cele ale modelului real • Reproducerea realității, printr-o modelare a comportamentului sistemului, aparatului, echipamentului care urmează a fi cercetat • Dezvoltarea gândirii creatoare și inovatoare • Dezvoltarea spiritului competitiv • Dezvoltarea moralei și a motivației • Dezvoltarea sentimentului responsabilității • Întărirea cunoștințelor și competențelor proprii • Creșterea gradului de înțelegere a subiectului de cercetare • Dezvoltarea deprinderilor de analiză și sinteză a noțiunilor însușite • Creșterea gradului de încredere în forțele proprii • Creșterea competențelor de comunicare și de operare cu termeni specifici disciplinei de studiu și specializării • Dezvoltarea personalității

X. Sugestiile de evaluare a competențelor profesionale

Într-o piață concurențială a muncii, instituția de învățământ are obligația să-l ajute pe fiecare dintre elevii săi să-și formeze o imagine corectă despre sine și să-și stabilească scopuri în viață (în carieră, îndeosebi) în raport cu posibilitățile lui reale. În aceste condiții, evaluarea se face pe parcursul activităților de predare/învățare pentru a cunoaște care este stadiul formării profesionale și la ce nivel se situează ea, în raport cu obiectivele proiectate și cu așteptările.

Axarea procesului de învățare/predare/evaluare pe competențe presupune efectuarea evaluării pe parcursul întregului proces de instruire structurată în trei tipuri de evaluări: **inițială**, **formativă** și **sumativă**.

Activitățile de evaluare la unitatea de curs ”Organizarea și tehnologia comerțului” vor fi orientate spre motivarea elevilor și obținerea unui feedback continuu, fapt ce va permite corectarea operativă a procesului de învățare, stimularea autoevaluării și a evaluării reciproce, evidențierea succeselor, implementarea evaluării selective sau individuale.

Evaluarea inițială va fi realizată la începutul unui program de instruire (an școlar, semestru, unitate de învățare), prin intermediul probelor orale (dialogul), elevii având posibilitatea să-și argumenteze răspunsul. Evaluarea inițială destinată identificării capacităților de învățare ale elevilor, nivelului de pregătire al acestora, motivația pentru învățare, nivelul la care s-au format deprinderile de

muncă intelectuală și gradul de dezvoltare al acestora, vocabularul comercial format, disponibilitățile de comunicare și relaționare etc.

Evaluare formativă va fi realizată pe tot parcursul semestrului, asigurând o periodicitate eficientă procesului de formare profesională, destinată identificării punctelor tari și slabe ale instruirii, determinând o analiză suficient de obiectivă a mecanismelor și cauzelor eșecului sau succesului școlar, prin intermediul testelor, studiului de caz, referatelor, lucrărilor practice și realizării de proiecte din domeniul activității comerciale.

Evaluarea sumativă sau finală va fi realizată la sfârșitul perioadei de instruire (semestru, an academic). Principalul scop al oricărei evaluări sumative este evidențierea efectelor, eficienței, rezultatelor globale ale învățării. Acest tip de evaluare evidențiază nivelul și calitatea pregătirii elevilor prin raportare la finalitățile stabilite pentru formarea profesională. Forma de evaluare conform planului de învățământ la unitatea de curs "Organizarea și tehnologia comerțului" este examen.

Pentru a eficientiza procesele de evaluare, înainte de a demara evaluările propriu-zise, se va aduce la cunoștința elevilor tematica lucrărilor, modul de evaluare (bareme/grile/criterii de notare) și condițiile de realizare a fiecărei evaluări.

Probele de evaluare a competențelor, în baza situațiilor de problemă de la viitoarele locuri de muncă:

- organizarea procesului de aprovizionare a unităților comerciale prin elaborarea rutelor și graficelor de aprovizionare;
- recepționarea mărfurilor după cantitate și calitate, întocmirea documentelor;
- determinarea factorilor endogeni și exogeni în amplasarea unui magazin;
- dispunerea sistemelor de amenajare în sala comercială;
- implantarea raionalelor pe grupe de mărfuri;
- stabilirea corectă a unui sortiment eficient în magazin;
- direcționarea fluxurilor de circulație a consumatorilor, mărfurilor și a personalului în sala comercială;
- crearea unei identități memorabile prin design exterior și interior, care să-i determine pe clienți să intre în magazin, să-i atragă în a vizita toate raioanele existente, să le dea senzația de confort în timpul efectuării cumpărăturilor, să-i stimuleze într-un mod subtil în demersul de achiziționare de produse, mărindu-le totodată și gradul de satisfacție;
- extinderea formelor moderne de vânzare pentru atragerea și convingerea cumpărătorilor;
- organizarea locului de muncă, respectarea cerințelor igienice și a normelor cu privire la tehnica securității

În calitate de **produse pentru măsurarea competențelor** se vor folosi, după caz:

- acte normative cu privire la desfășurarea comerțului cu amănuntul;
- regulamentul cu privire la recepționarea mărfurilor conform cantității și calității;

- documentația normativ tehnică conform specificațiilor propuse.

Criteriile de evaluare a produselor pentru măsurarea competenței vor include:

- corespunderea specificațiilor tehnice;
- productivitatea muncii;
- respectarea cerințelor ergonomice;
- respectarea cerințelor de securitate la locul de muncă;
- claritate în întocmirea documentelor;
- corectitudinea interacțiunii cu colegii și superiorii;
- corectitudinea interacțiunii cu consumatorii.

XI. Resursele necesare pentru desfășurarea procesului de studii

Pentru a realiza cu succes formarea competențelor ce trebuie formate și dezvoltate în cadrul disciplinei "Organizarea și tehnologia comerțului", trebuie asigurat un mediu de învățare autentic, relevant și centrat pe elev. Sala de curs va fi dotată cu mobilier școlar, tablă interactivă sau proiector multimedia și să aibă condiții ergonomice adecvate.

XII. Resursele didactice recomandate elevilor

Nr. crt.	Denumirea resursei	Locul în care poate fi consultată/ accesată/ procurată resursa	Numărul de exemplare disponibile
1.	Biblioteca comerțului românesc " Meseria de comerciant", - București, 1995.	Biblioteca CNC al ASEM CCM	1manual - 5 elevi
2.	Dinu Vasile, " A vinde cu succes", - Buzău:ed. ALPHA, 2002	Biblioteca CNC al ASEM CCM	1manual - 5 elevi
3.	Nița Valentin, Daniela Cordoneanu Agheorghiesei, "Merckandising", - Iași: ed.Tehnopress, 2008	Biblioteca CNC al ASEM CCM	1manual - 5 elevi
4.	Octavia Mirela " Tehnologii comerciale" - București, ed. Expert, 2002	Biblioteca CNC al ASEM CCM	1manual - 5 elevi
5.	Pitușcan Feodosie , Alexandru Scutaru "Organizarea și tehnica comerțului", - Chișinău: ed. UCCM, 2015	Biblioteca CNC al ASEM CCM	1manual - 5 elevi
6.	Patriche Dumitru , Ion Stanescu, " Bazele comerțului": - București: ed. Economica, 1999	Biblioteca CNC al ASEM CCM	1manual - 5 elevi
7.	Ristea Ana Lucia, Constantin Tudose "A fi sau nu a fi comerciant", - București,ed . Didactica și pedagogica, 1996	Biblioteca CNC al ASEM CCM	1manual - 5 elevi

Nr. crt.	Denumirea resursei	Locul în care poate fi consultată/ accesată/ procurată resursa	Numărul de exemplare disponibile
8.	Ristea Ana Lucia , Constantin Tudose " Tehnologii comerciale" - București:ed. Expert, , 1996	Biblioteca CNC al ASEM, CCM	1manual – 5 elevi
9.	Legea ”cu privire la comerțul interior” , nr. 231 din 23.09.2010 , Monitorul Oficial nr.206-209/681 din 22.10.2010	Biblioteca CNC al ASEM, CCM, în cabinet de specialitate	Pe fiecare bancă
10.	Hotărârea Guvernului Nr.931 din 08.12.2011 ” cu privire la desfășurarea comerțului cu amănuntul ”, Monitorul Oficial din 16.12.2011, Nr. 222-226 , art. Nr : 1017	Biblioteca CNC al ASEM, CCM, în cabinet de specialitate	Pe fiecare bancă
11.	Hotărîrea Guvernului Nr.1068 din 20.10.2000 despre aprobarea Regulamentului cu privire la recepționarea mărfurilor conform cantității și calității în Republica Moldova, publicat : 27.10.2000 în Monitorul Oficial Nr. 137	Biblioteca CNC al ASEM, CCM, în cabinet de specialitate	Pe fiecare bancă