



**COLEGIUL ECONOMIC „DIMITRIE CANTEMIR”  
SUCEAVA**

Str. prof. Leca Morariu, nr. 17 A, cod 720174  
tel./ fax: 0230-520462; e-mail: [economic.suceava@yahoo.com](mailto:economic.suceava@yahoo.com); <http://www.cedcsv.ro>  
Operator de date cu caracter personal nr. 34253



# BUNE PRACTICI DE UTILIZARE A REPERELOR METODOLOGICE PENTRU Clasa a XII-a



**REPERE  
METODOLOGICE**

PENTRU CLASA a **XII-a**

**40/45**  
ÎNVĂȚĂMÂNT PROFESIONAL  
**TURISM ȘI ALIMENTAȚIE**

**REPERE  
METODOLOGICE**

PENTRU CLASA a **XII-a**

ÎNVĂȚĂMÂNT PROFESIONAL  
**ECONOMIC**  
**COMERȚ**



Intocmit de:  
**Prof. Stafie Gabriela**  
**Prof. Șomîtcă Alina**  
**Prof. Ioachimescu Adriana**  
**Prof. Cîrlan Mihaela**



În învățământul profesional și tehnic (IPT), pregătirea de specialitate se realizează în sistem modular și se bazează pe Standardul de Pregătire Profesională (SPP) al calificării pe care elevul o dobândește la absolvirea cursurilor. În Standardul de Pregătire Profesională sunt prevăzute rezultatele învățării în termeni de cunoștințe, abilități și atitudini. Aceste rezultate sunt grupate în unități de rezultate ale învățării, fiecare unitate corespunzând unui modul de pregătire.



Programa școlară a fiecărui modul trebuie privită ca răspuns optim pentru tipurile de ieșiri (finalizarea liceului tehnologic, respectiv finalizarea învățământului profesional inclusiv dual). De asemenea, o premisă pentru abordarea programelor din IPT este că achizițiile anterioare, de până la finalizarea gimnaziului, pentru majoritatea elevilor care optează pentru învățământul profesional și tehnic, sunt la un nivel mediu.

În aceste condiții, pregătirea pentru un anumit domeniu de pregătire profesională prin IPT, trebuie să fie un răspuns coerent prin care se structurează rezultatele învățării specifice, (cunoștințe, abilități și atitudini), care sprijină dobândirea unei calificări profesionale, alături de competențe cheie care pot sprijini certificarea academică.





Pentru a optimiza relația dintre curriculumul intenționat/aprobat și cel realizat, din perspectiva IPT, repererele metodologice pentru clasa a XII-a sunt structurate pe exemple de activități de învățare-predare-evaluare pentru fiecare modul de pregătire din cadrul programelor școlare pentru învățământul profesional și tehnic, aria curriculară Tehnologii



Repererele metodologice pentru aplicarea curriculumului național la clasa a XII-a în anul școlar 2024 - 2025 au fost elaborate la nivelul Centrului Național de Politici în Educație și Evaluare pe discipline/module/grupe de discipline/domenii de pregătire profesională, inclusiv pentru învățământul special, rezultând o colecție de 95 de materiale distincte.

- Pentru învățământul profesional și tehnic (IPT) s-au elaborat 17 repere metodologice pentru domeniile profesionale ale IPT, discipline/module de specialitate.

Repererele metodologice sunt adaptate după actele legislative specifice IPT, după planurile de învățământ și programele școlare în vigoare, astfel încât elevii să dobândească rezultatele învățării (RÎ-în termeni de cunoștințe, abilități și atitudini) precizate în Standardul de pregătire profesională (SPP).

Repererele metodologice pentru aplicarea curriculumului național la clasa a XII-a au ca scop adaptarea demersului didactic din învățământul profesional și tehnic în anul școlar 2024 -2025

Profesorul de specialitate va proiecta demersul didactic astfel încât să vină în întâmpinarea interesului elevilor, dar și a nevoilor specifice de pe piața locală a muncii, personalizând metodele și mijloacele didactice astfel încât să fie atinse toate competențele specific aferente calificării profesionale.

Rezolvarea sarcinilor de lucru se va realiza atât prin aplicații individuale (adaptate tipului de deficiență a elevilor), cât și prin activități colaborative, în echipă, încurajând asumarea responsabilității pentru rezolvarea sarcinii de lucru, colaborarea și lucrul în echipă - atitudini de muncă pe care agenții economici pun mare valoare.

# REPERELE METODOLOGICE, ANUL ȘCOLAR 2024-2025

Scopul *Reperelor metodologice* este acela de a oferi îndrumare și sprijin cadrelor didactice în planificarea, proiectarea și organizarea procesului de predare-învățare-evaluare, venind în completarea colecțiilor anterioare elaborate și care sunt disponibile pe pagina web a Centrului Național de Politici și Evaluare în Educație (CNPEE).

**Scopul *Reperelor metodologice* este acela de a oferi îndrumare și sprijin cadrelor didactice în planificarea, proiectarea și organizarea procesului de predare-învățare-evaluare, venind în completarea colecțiilor anterioare elaborate și care sunt disponibile pe pagina web a CNPEE:**  
<https://rocnee.eu/index.php/dcee-oriz/curriculum-oriz/repere-metodologice>

Reperele metodologice vin în sprijinul cadrelor didactice privind adaptarea procesului de învățare la noua structură a anului școlar și la profilul de formare al absolventului, cu exemplificări din elemente de proiectare didactică.

# Repere metodologice ECONOMIC / COMERȚ

REPERE  
METODOLOGICE  
PENTRU CLASA a XII-a

ÎNVĂȚĂMÂNT PROFESIONAL  
ECONOMIC  
COMERȚ







## ECONOMIC

- M1. Politici de marketing**
- M2. Analiza economico-financiară**
- M3. Negociere și contractare**



## COMERȚ

- M 1. Politici de marketing**
- M2. Analiza economico-financiară**
- M3. Negociere și contractare**
- M4. Achiziții și vânzări**



## ADMINISTRATIV

- M1. Politici de marketing**
- M3. Negociere și contractare**



## ACHIZIȚII ȘI CONTRACTĂRI

- M1. Politici de marketing**
- M3. Negociere și contractare**
- M 6. Stagiul de pregătire practică în achiziții și vânzări**

# M1: POLITICI DE MARKETING



MINISTERUL EDUCAȚIEI  
**COLEGIUL ECONOMIC „DIMITRIE CANTEMIR” SUCEAVA**  
 Str. prof. Leca Morariu, nr. 17 A, cod 720174  
 tel./ fax: 0230-520462; e-mail: [economic.suceava@yahoo.com](mailto:economic.suceava@yahoo.com); <http://www.cedcsv.ro>



Operator de date cu caracter personal nr. 34253

Nr. 454 din 26.09.2024

Unitatea de învățământ: Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava

Profilul: Servicii

Domeniul de pregătire de bază / Domeniul de pregătire generală / Calificarea profesională: Economic / Tehnician în activități economice

Modulul: **Modulul I – Politici de marketing (teorie)**

Nr de ore / an: 58 ore

Nr. ore / săptămână: 2 din care: T: 1 oră LT: 1 oră IP: -

Clasa: a XII-a B, C

Profesor: Alexandra Reindl

Plan de învățământ aprobat prin: OMEN nr. 3.500 29.03.2018

corelat cu OME nr. 3.965 din 06.03.2024

Programa aprobată conform OMEN nr. 3.501 din 29.03.2018

Avizat Director,  
 prof. Beșa Mihaela

Avizat,  
 Șef catedră Economic, administrativ, comerț  
 prof. Hagiu Luminița

## PLANIFICARE CALENDARISTICĂ Anul școlar 2024-2025

| Nr. crt. | Unitatea de rezultate ale învățării / Rezultate ale învățării<br>URÎ 9 – Aplicarea politicilor de marketing |   |  | Conținuturi   | Nr. ore |    |    | Săptămâna |     |     | Obs  |
|----------|---|---|--|---|---------|----|----|-----------|-----|-----|------|
|          | Cunoștințe  | Abilități   | Atitudini  |   | T       | LT | IP | T         | LT  | IP  |      |
| (0)      | (1)   | (2)   | (3)  | (4)   | 5       | 6  | 7  | 8         | 9   | 10  | (11) |
| 0.       |   |   |  | <b>Test predictiv</b><br><b>Noțiuni introductive</b>  | 2       | -  | -  | S 1       |     |     |      |
| 1.       | 9.1.1. Descrierea elementelor componente ale mixului de marketing   | 9.2.1. Identificarea componentelor mixului de marketing | 9.3.1. Manifestarea independenței în stabilirea componentelor mixului de marketing | <b>Capitolul I – Mixul de marketing</b><br><b>I.1. Scurt istoric</b><br><b>I.2. Componentele mixului de marketing – cei patru P</b><br><b>I.2.1. Politica de produs</b><br><b>I.2.2. Politica de preț</b><br><b>I.2.3. Politica de distribuție</b><br><b>I.2.4. Politica de promovare</b><br><b>I.3. Factori de influență ai mixului de marketing</b> | 3       | -  | -  | S 3       | S 5 | S 6 |      |

Activă  
 Accesată

MEN nr. 3.500 29.03.2018

corelat cu OME nr. 3.965 din 06.03.2024

nr. 3.501 din 29.03.2018

MINISTERUL EDUCAȚIEI  
**COLEGIUL ECONOMIC „DIMITRIE CANTEMIR” SUCEAVA**  
 Str. prof. Leca Morariu, nr. 17 A, cod 720174  
 tel./ fax: 0230-520462; e-mail: [economic.suceava@yahoo.com](mailto:economic.suceava@yahoo.com); <http://www.cedcsv.ro>

Operator de date cu caracter personal nr. 34253



onomic „Dimitrie Cantemir” Suceava

meniul de pregătire generală / Calificarea profesională: Economic / Tehnician în activități economice  
 keting (teorie)

T: 1 oră LT: 1 oră IP: -

Avizat Director,  
 prof. Beșa Mihaela

Avizat,  
 Șef catedră Economic, administrativ, comerț  
 prof. Hagiu Luminița

## PLANIFICAREA UNITĂȚII DE ÎNVĂȚARE ANUL ȘCOLAR: 2024-2025

UNITATEA DE ÎNVĂȚARE: **Capitolul I – Mixul de marketing**

NR. ORE ALOCATE: 5 ore (5 T)

| Nr. crt. | Conținuturi (detalieri)   | Nr. Ore | Săptămâna  | Unitatea de rezultate ale învățării<br>URÎ 9 – Aplicarea politicilor de marketing |   |  | Activități de învățare  | Resurse  | Evaluare  | Obs |
|----------|---|---------|------------|---|---|--|---|--|---|-----|
|          |   |         |            | Cunoștințe  | Abilități   | Atitudini  |   |  |   |     |
| 1.       | <b>Test predictiv</b><br><b>Noțiuni introductive</b>  | 2 ore   | S 1<br>S 2 |   |   |  | Discuții dirijate privind mixul de marketing                                  | <b>Locul desfășurării:</b> sala de clasă<br><b>Resurse procedurale:</b> conversația, expunerea, exercitiul, observarea, munca independentă, problematizarea, simularea | Observarea sistematică a activității și comportamentului elevilor |     |
| 2.       | <b>Capitolul I – Mixul de marketing</b><br><b>I.1. Scurt istoric</b><br><b>I.2. Componentele mixului de marketing – cei patru P</b><br><b>I.2.1. Politica de produs</b><br><b>I.2.2. Politica de preț</b><br><b>I.2.3. Politica de distribuție</b><br><b>I.2.4. Politica de promovare</b> | 1 oră   | S 3        | 9.1.1. Descrierea elementelor componente ale mixului de marketing                 | 9.2.1. Identificarea componentelor mixului de marketing | 9.3.1. Manifestarea independenței în stabilirea componentelor mixului de marketing | Exerciții de documentare privind factorii de influență a mixului de marketing | <b>Forme de organizare:</b> frontal, pe grupe, individual  | Fișe de observare   |     |
| 3.       | <b>I.3. Factori de influență ai mixului de marketing</b>  | 1 oră   | S 5        |   |   |  | Studierea materialelor de specialitate  | <b>Resurse materiale:</b> manuale, auxiliare didactice, fișe de lucru, coli de hârtie, markere, videoprojector, flipchart  | Pachet de evaluare pe URÎ   |     |
| 4.       | <b>Test sumativ</b>   | 1 oră   | S 6        |   |   |  |   |  |   |     |

Întocmit.

# M1: POLITICI DE MARKETING



## PROIECT DIDACTIC

**Profesor: ȘOMÎTCĂ ALINA**

**Clasă: a XII-a**

**Data:**

**Durata lecției: 50 minute**

**Modulul I – Politici de marketing**

**Unitatea de învățare: URÎ 9 – Aplicarea politicilor de marketing**

**Titlul lecției: Politica de promovare**

**Tipul de lecție: Lecție de recapitulare și sistematizare a cunoștințelor**

**Rezultatul învățării:**

**Cunoștințe:** 9.1.1. Descrierea elementelor componente ale mixului de marketing

**Abilități:** 9.2.1. Identificarea componentelor mixului de marketing

**Atitudini:** 9.3.1. Manifestarea independenței în stabilirea componentelor mixului de marketing

**Obiective operaționale:**

La sfârșitul activității, elevii vor fi capabili:

1. Să definească politica de promovare;
2. Să identifice diferite modalități de promovare ale produselor, dar și a companiei;
3. Să determine importanța politicii de promovare pentru companie;
4. Să argumenteze alegerea unei anumite modalități de promovare.

**Mijloace didactice:** videoproiector, flipchart, tablă, coli de hârtie, fișe de lucru, studiul de caz.

**Metode și procedee:** conversația, explicația, instructajul, expunerea, demonstrația, metoda 6-3-5.

**Forma de organizare a activității:** frontală, lucrul individual, lucrul pe grupe

**Instrumente de evaluare:** fișe de lucru, apreciere verbală.

### BIBLIOGRAFIE:

Dorin Viorica, Bechet Iuliana, Politici de marketing, Manual pentru clasa a 12-a, Editura CD Press, București, 2020



# M1: POLITICI DE MARKETING

Repere metodologice

Exemplul nr. 9

LUCRARE DE LABORATOR

|   |   |
|---|---|
| <i>Domeniul de pregătire profesională</i>           | Economic-Comerț   |
| <i>Calificarea profesională</i>                     | <i>Tehnician în activități economice</i><br><i>Tehnician în administrație</i><br><i>Tehnician în achiziții și contractări</i><br><i>Tehnician în activități de comerț</i> |
| <i>Unitatea de rezultate ale învățării</i>          | <i>Aplicarea politicilor de marketing</i>   |
| <i>Modul</i>  | Politici de marketing   |
| <i>Clasa</i>  | a XII-a   |
| <i>Tema lucrării de laborator/lucrării practice</i> | Stabilirea prețului produselor  |

Rezultate ale învățării vizate:

| Cunoștințe  | Abilități   | Atitudini  |
|---|---|--|
| 9.1.1. Enumerarea diferitelor categorii de prețuri/tarife | 9.2.10. Elaborarea unei strategii de preț optime în situația dată | 9.3.5. Asumarea de riscuri în stabilirea strategiei de preț optime |



# M1: POLITICI DE MARKETING

## Metoda 6-3-5

### RECAPITULARE

Produs

Preț

Promovare

Plasament

PROMOVARE

- Al treilea “P” din mixul de marketing
- Promovarea produselor, dar și a companiei
- Legătura dintre companie și clienți sau potențiali clienți

Activați Windows



# M1: POLITICI DE MARKETING

## Desfășurarea activității

- Elevii sunt împărțiți în grupe de câte 6
- Elevilor li se explică ceea ce au de făcut. Fiecare grupă va primi o foaie de hârtie împărțită în 3 coloane
- Foaia se va deplasa de la stânga la dreapta. Primul elev scrie 3 soluții, al doilea scrie altele 3 și tot așa până la ultimul, dar referindu-se la soluțiile anterioare. Scopul este de a îmbunătăți primele idei pentru a ajunge la cele mai bune.
- La final foaia va ajunge la elevul care a scris primele idei. Soluțiile sunt analizate și dezbătute, alegându-se cele mai bune.
- Elevii sunt lăsați cele 5 minute să rezolve
- Fiecare grupă își prezintă ideile finale
- Dezbateri de grup în vederea concluzionării și alegerii celei mai bune idei

Activati Windows

lasament

treile

# M1: POLITICI DE MARKETING

## FIȘĂ DE LUCRU

| Elev             | Soluția 1 | Soluția 2 | Soluția 3 |
|------------------|-----------|-----------|-----------|
| Primul elev      |           |           |           |
| Al doilea elev   |           |           |           |
| Al treilea elev  |           |           |           |
| Al patrulea elev |           |           |           |
| Al cincilea elev |           |           |           |
| Al șaselea elev  |           |           |           |

Activați Windows  
Accesați Setări pentru a activa

lasament

Al tre

# M2: ANALIZA ECONOMICO-FINANCIARĂ

| Cunoștințe  |   | Rezultate ale învățării (codificate conform SPP)  |  | Abilități   |   | Atitudini  |   | PLANIFICARE CALENDARISTICĂ  |   | Conținut tematic  |   | Nr. ore   |   | Saptamana  |  | Observații   |  |  |  |
|---|---|---|--|---|---|--|---|---|---|---|---|---|---|--|--|--|--|--|--|
|   |   |   |  |   |   |  |   |   |   |   |   |   |   |  |  |  |  |  |  |
| 11.1.1. Prezentarea etapelor de întocmire a situațiilor financiare anuale | 11.2.1. lucrărilor situațiilor anuale   | 11.2.2. situațiilor anuale de profit și pierdere și note explicative, cu ajutorul unui soft de specialitate | 11.2.3. Rezolvarea de probleme privind situațiilor financiare anuale     | 11.3.1. Manifestarea de reacționare rapidă și sarcinii de lucru | 11.3.2. Asumarea, în cadrul echipei de muncă, a responsabilității pentru lucrul | 11.3.3. Capacitatea de a realiza sarcinile de lucru                  | 11.3.4. Asumarea, în cadrul echipei de muncă, a responsabilității pentru lucrul                                 | 11.3.5. Asumarea, în cadrul echipei de muncă, a responsabilității pentru lucrul | 11.3.6. Asumarea, în cadrul echipei de muncă, a responsabilității pentru lucrul                                 | 11.3.7. Asumarea, în cadrul echipei de muncă, a responsabilității pentru lucrul | 11.3.8. Asumarea, în cadrul echipei de muncă, a responsabilității pentru lucrul                                 | 11.3.9. Asumarea, în cadrul echipei de muncă, a responsabilității pentru lucrul | 11.3.10. Asumarea, în cadrul echipei de muncă, a responsabilității pentru lucrul                                | 11.3.11. Asumarea, în cadrul echipei de muncă, a responsabilității pentru lucrul | 11.3.12. Asumarea, în cadrul echipei de muncă, a responsabilității pentru lucrul                                 | 11.3.13. Asumarea, în cadrul echipei de muncă, a responsabilității pentru lucrul | 11.3.14. Asumarea, în cadrul echipei de muncă, a responsabilității pentru lucrul                                 | 11.3.15. Asumarea, în cadrul echipei de muncă, a responsabilității pentru lucrul |  |
|   |   |   |  |   |   |  |   |   |   |   |   |   |   |  |  |  |  |  | 11.1.2. Descrierea indicatorilor economico-financiar |
| 11.1.2. Descrierea indicatorilor economico-financiar                      | 11.1.3. prezentarea graficelor utilizate în reprezentarea indicatorilor calculați | 11.2.5. Calcularea indicatorilor economici privind situația generală a entității                            | 11.2.6. Interpretarea indicatorilor economici stabilizatori previzionale | 11.2.7. Realizarea interpretării graficelor                     | 11.3.1. Manifestarea de reacționare rapidă și sarcinii de lucru                 | 11.3.2. Asumarea responsabilității în calcularea economico-financiar | 11.3.3. Asumarea, în cadrul echipei de la locul de muncă, a responsabilității pentru sarcinile de lucru primite | 11.3.4. Asumarea responsabilității în calcularea economico-financiar            | 11.3.5. Asumarea, în cadrul echipei de la locul de muncă, a responsabilității pentru sarcinile de lucru primite | 11.3.6. Asumarea responsabilității în calcularea economico-financiar            | 11.3.7. Asumarea, în cadrul echipei de la locul de muncă, a responsabilității pentru sarcinile de lucru primite | 11.3.8. Asumarea responsabilității în calcularea economico-financiar            | 11.3.9. Asumarea, în cadrul echipei de la locul de muncă, a responsabilității pentru sarcinile de lucru primite | 11.3.10. Asumarea responsabilității în calcularea economico-financiar            | 11.3.11. Asumarea, în cadrul echipei de la locul de muncă, a responsabilității pentru sarcinile de lucru primite | 11.3.12. Asumarea responsabilității în calcularea economico-financiar            | 11.3.13. Asumarea, în cadrul echipei de la locul de muncă, a responsabilității pentru sarcinile de lucru primite | 11.3.14. Asumarea responsabilității în calcularea economico-financiar            |  |
|   |   |   |  |   |   |  |   |   |   |   |   |   |   |  |  |  |  |  | 11.1.2. Descrierea indicatorilor economico-financiar |



MINISTERUL EDUCAȚIEI  
COLEGIUL ECONOMIC „DIMITRIE CANTEMIR” SUCEAVA  
Str. prof. Leca Morariu, nr. 17 A, cod 720174  
tel./ fax: 0230-520462; e-mail: [economic.suceava@yahoo.com](mailto:economic.suceava@yahoo.com); <http://www.celcsv.ro>  
Operator de date cu caracter personal nr. 34253



Avizat,  
Director,  
Prof. Besa Mihaela  
Sef catedră  
Economic/Administrativ/Comert,  
Prof. Hagiu Luminita

MINISTERUL EDUCAȚIEI  
COLEGIUL ECONOMIC „DIMITRIE CANTEMIR” SUCEAVA  
Str. prof. Leca Morariu, nr. 17 A, cod 720174  
tel./ fax: 0230-520462; e-mail: [economic.suceava@yahoo.com](mailto:economic.suceava@yahoo.com); <http://www.celcsv.ro>  
Operator de date cu caracter personal nr. 34253



Intocmit,  
Prof. Stafie Gabriela



# M2: ANALIZA ECONOMICO-FINANCIARĂ



MINISTERUL EDUCAȚIEI  
COLEGIUL ECONOMIC „DIMITRIE CANTEMIR”  
SUCEAVA

Str. prof. Leca Morariu, nr. 17 A, cod 720174  
tel./ fax: 0230-520462; e-mail: [economic\\_suceava@yahoo.com](mailto:economic_suceava@yahoo.com); <http://www.cedcsv.ro>

Operator de date cu caracter personal nr. 34253



|   |                                |
|---|--------------------------------|
| Unitatea de învățământ: Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava   | Avizat,                        |
| Profilul: Servicii  | Director,                      |
| Domeniul de pregătire de bază/Domeniul de pregătire generală/Calificarea profesională: <b>Tehnician în activități economice</b> | <b>Prof. Beșa Mihaela</b>      |
| <b>Modulul II: ANALIZA ECONOMICO-FINANCIARĂ</b>   |                                |
| <b>URÎ 11. Întocmire situațiilor financiare</b>   |                                |
| Clasa: a XII a B  | Șef catedră                    |
| Profesor: STAFIE GABRIELA   | Economic/Administrativ/Comert, |
| An școlar: 2024-2025  | <b>Prof. Hagiu Luminița</b>    |
| Plan de învățământ aprobat prin O.M.E.N. nr. 3500/29.03.2018, corelat cu O.M.E. nr. 3694/01.02.2024                             |                                |
| Programă aprobată conform OMEN nr.3501/29.03.2018   |                                |
| Nr. ore alocate: 29h T, 29h LT  |                                |
| Nr. de înregistrare 451/26.09.2024  |                                |

## PROIECTAREA UNITĂȚII DE ÎNVĂȚARE

UNITATEA DE ÎNVĂȚARE: *Capitolul II – Surse de finanțare ale entității*

NR. ORE ALOCATE: 10 ore (5 T și 5 LT)

| Nr crt | Conținuturi (detalieri)   | Unitatea de rezultate ale învățării  |  |  | Activități de învățare   | Resurse   | Evaluare               | Obs. |
|--------|---|--|--|--|--|---|------------------------|------|
|        |   | URÎ 3 – Utilizarea metodelor, procedeele și principiilor contabile                         |  |  |  |   |                        |      |
|        |   | Cunoștințe   | Abilități  | Atitudini  |  |   |                        |      |
| 1.     | <b>I.1. Surse de finanțare internă</b><br>- Capitalurile proprii (capital social, prime de capital, rezerve din reevaluare, rezerve, rezultatul exercițiului, rezultatul reportat); | <b>11.1.1.</b><br><i>Prezentarea etapelor de întocmire a situațiilor financiare anuale</i> | <b>11.2.4.</b><br><i>Identificarea surselor de finanțare ale entității</i> | <b>11.3.1.</b> <i>Manifestarea capacității de a reacționa rapid și eficient în realizarea sarcinii de lucru</i><br><b>11.3.3.</b> <i>Asumarea, în cadrul echipei de la locul de muncă, a responsabilității pentru sarcina de lucru primită</i> | Elaborarea traseului în analiza surselor proprii<br>Discuții de grup privind capital social, prime de capital, rezerve din reevaluare, rezerve, rezultatul exercițiului, rezultatul reportat | <b>Locul desfășurării:</b> sala de clasă<br><b>Resurse procedurale:</b> conversația, expunerea, exercițiul, observarea, munca independentă, problematizarea, simularea<br><b>Forme de organizare:</b> frontal, pe grupe, individual<br><b>Resurse materiale:</b> manuale, auxiliare didactice, fișe de lucru, Classroom | Observarea sistematică |      |
| 2.     | <b>I.2. Surse de finanțare externe:</b><br>- Credite bancare;<br>- Împrumuturi din emisiunea de obligațiuni;<br>- Fonduri europene;   |  |  |  | Exerciții de identificare a surselor de finanțare externe: credite bancare, împrumuturi din emisiunea de obligațiuni, fonduri europene   |   | Fișe de documentare    |      |

Intocmit,  
Stafie Gabriela

# M2: ANALIZA ECONOMICO-FINANCIARĂ

## Exemplul 10 -

### Repere metodologice *LUCRARE DE LABORATOR*

|   |  |
|---|--|
| <i>Domeniul de pregătire profesională</i>           | <i>ECONOMIC</i>                                    |
| <i>Calificarea profesională</i>                     | <i>Tehnician în activități economice</i>           |
| <i>Unitatea de rezultate ale învățării</i>          | <i>URI 11.Întocmirea situațiilor financiare</i>    |
| <i>Modul</i>  | <i>Analiza economico- financiară</i>               |
| <i>Clasa</i>  | <i>a XII-a</i>                                     |
| <i>Tema lucrării de laborator/lucrării practice</i> | <i>Surse de finanțare externe- credite bancare</i> |

#### Rezultate ale învățării vizate:

| Cunoștințe  | Abilități  | Atitudini   |
|---|--|---|
| 11.1.1. Prezentarea etapelor de întocmire a situațiilor financiare anuale | 11.2.3. Rezolvarea de probleme privind întocmirea situațiilor financiare anuale<br>11.2.4. Identificarea surselor de finanțare ale entității | 11.3.1. Manifestarea capacității de a reacționa rapid și eficient în vederea realizării sarcinii de lucru<br>11.3.3. Asumarea în cadrul echipei de la locul de muncă, a responsabilității pentru sarcina de lucru primită |



# M2: ANALIZA ECONOMICO-FINANCIARĂ

**Credit bancar - sursă străină  
de finanțare**



**Prof. Stăfie Gabriela**

< 1 / 14 >

... ↗





## PROIECT DIDACTIC

Profesor: **STAFIE GABRIELA**

Clasa: **a XII-a** |

Data:

Durata lecției: 50 minute

Modulul: **Analiza economico-financiară**

Unitatea de învățare: C.I.2. Surse de finanțare ale entității

Titlul lecției: **Surse proprii și străine în finanțarea afacerii**

Tipul de lecție: Lecție de recapitulare și sistematizare a cunoștințelor

Rezultatul învățării:

*Cunoștințe: 11.1.1. Prezentarea etapelor de întocmire a situațiilor financiare anuale*

*Abilități: 11.2.4. Identificarea surselor de finanțare ale entității*

*Atitudini: 11.3.1. Manifestarea capacității de a reacționa rapid și eficient în realizarea sarcinii de lucru*

*11.3.3. Asumarea, în cadrul echipei de la locul de muncă, a responsabilității pentru sarcina de lucru primită*

Obiective operaționale:

La sfârșitul activității, elevii vor fi capabili:

1. Să identifice tipurile de surse de finanțare;
2. Să selecteze sursele proprii de finanțare ale agentului economic;
3. Să selecteze sursele străine de finanțare;
4. Să caracterizeze sursele proprii și împrumutate.

Mijloace didactice: videoproiector, flipchart, tablă, coli de hârtie, fișe de documentare, fișe de lucru.

Metode și procedee: conversația, instructajul, cubul, exercițiul, **diagrama Venn**, expunerea, demonstrația, studiul de caz.

Forma de organizare a activității: lucrul individual, lucrul pe grupe

BIBLIOGRAFIE:

- *Analiza economico-financiară*, manual clasa a XII-a – Viorica-Bella Dorin, Dorina-Iuliana Rață Tarcan, Ed. CD Press, 2020

PLAN DE RECAPITULARE



Surse proprii și străine în finanțarea afacerii

1. NOȚIUNEA DE FINANȚARE

- definiție;
- importanță.

2. SURSE DE FINANȚARE

- surse proprii;
- surse străine.

3. SURSELE PROPRII DE FINANȚARE

- avantaje;
- mijloace de finanțare;
- autofinanțarea;
- amortizarea.

4. SURSELE STRĂINE DE FINANȚARE

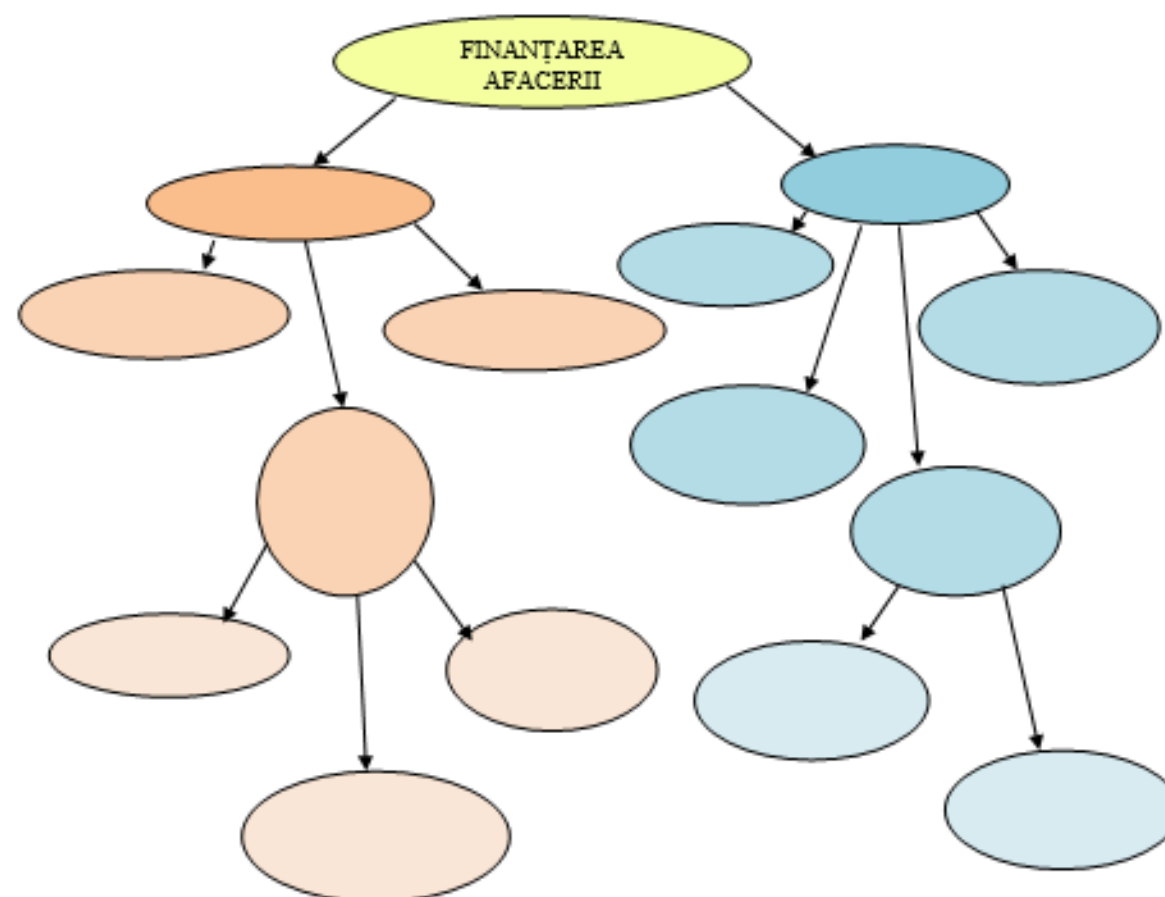
- avantaje;
- mijloace de finanțare;
- creditele bancare;
- împrumuturi obligatate.

Profesor: Stafie Gabriela  
 Clasa: a XII-a  
 Modulul: Analiza economico-financiară  
 Subiect/Tema lectiei: **Surse proprii și străine în finanțarea afacerii**



FIȘĂ DE LUCRU

Identificați tipurile de surse de finanțare.

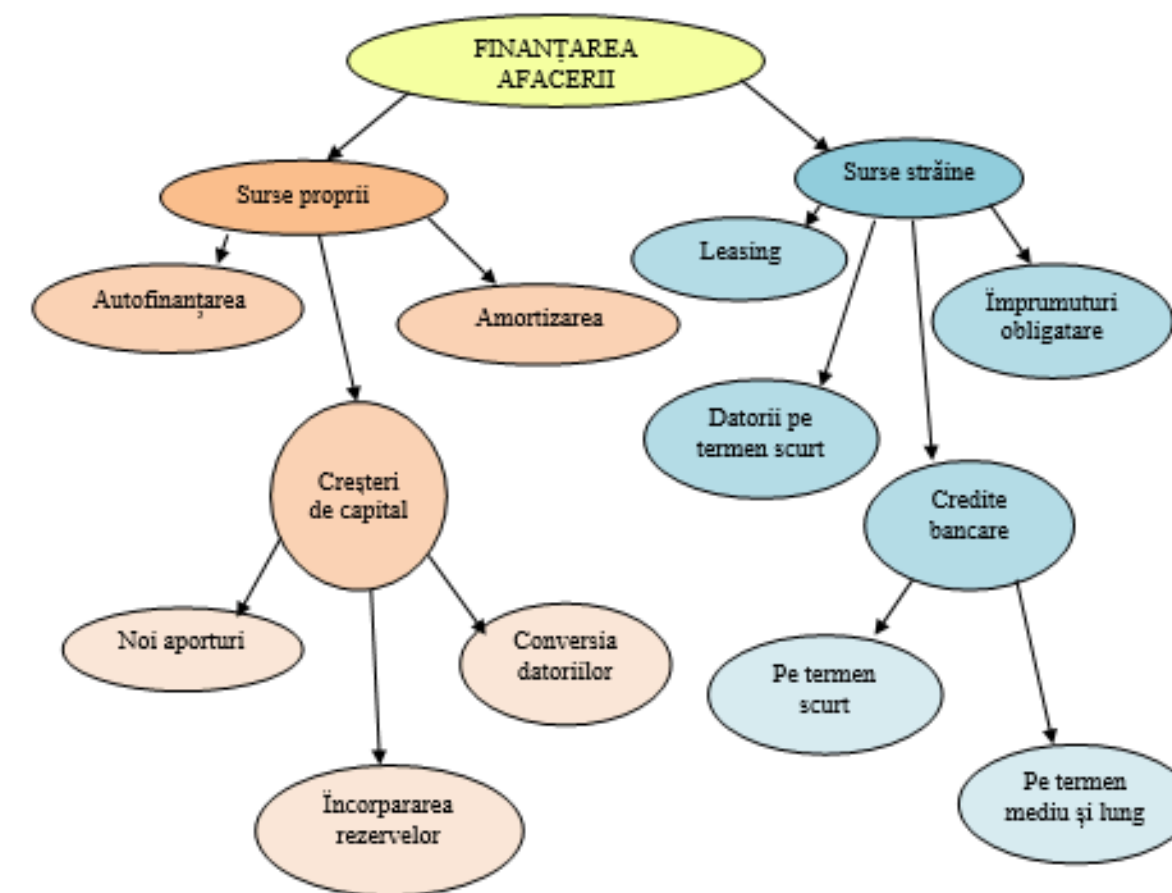


Profesor: Stafie Gabriela  
 Clasa: a XII-a  
 Modulul: Analiza economico-financiară  
 Subiect/Tema lectiei: **Surse proprii și străine în finanțarea afacerii**



FIȘĂ DE LUCRU

Identificați tipurile de surse de finanțare.



# Plan de recapitulare

1. DESCRIE  
noțiunea de  
„finanțare a  
afacerii”

2. COMPARĂ  
sursele proprii și sursele  
străine de finanțare

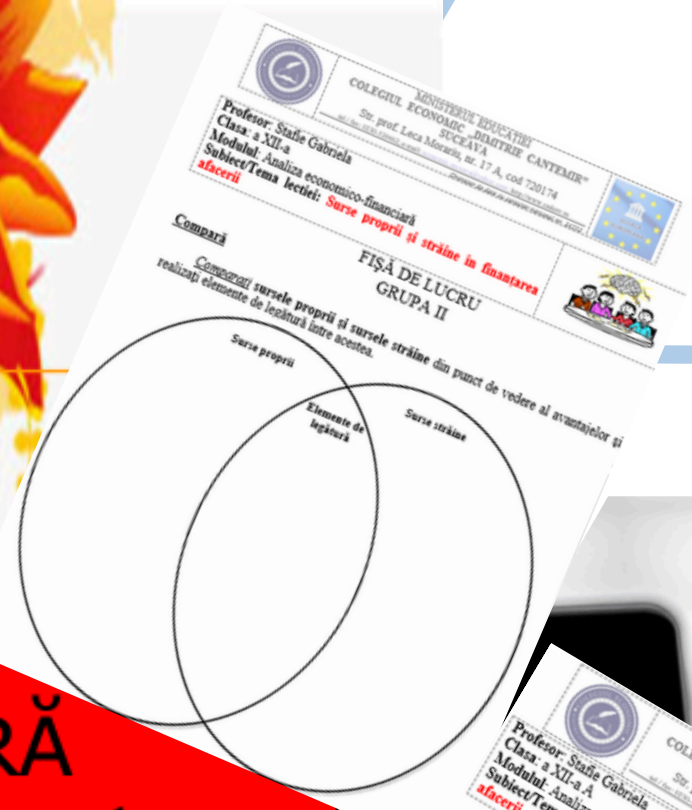
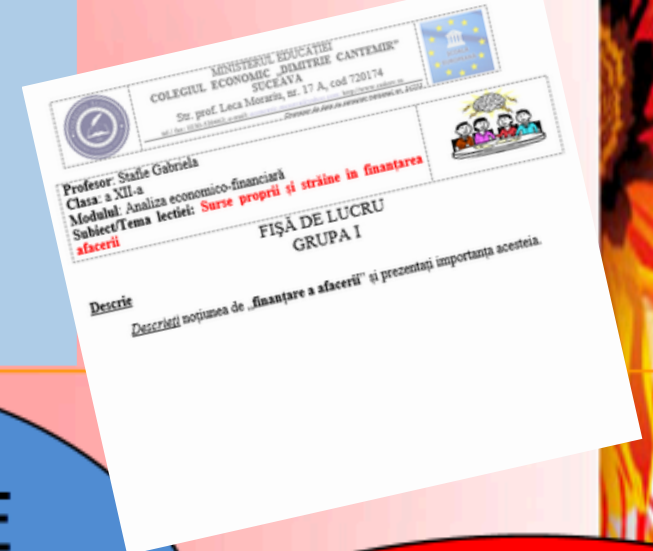
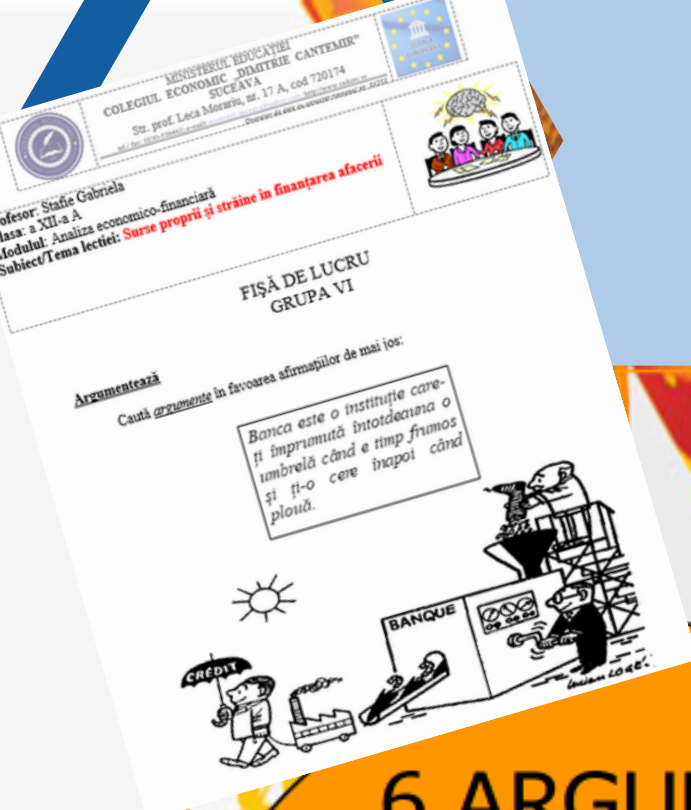
3. ASOCIAZĂ  
mijloacele de  
finanțare cu tipurile  
de finanțare

4. ANALIZEAZĂ  
sursele de finanțare  
necesare deschiderii  
unui restaurant

6. ARGUMENTEAZĂ  
Afirmația: „Banca este o  
instituție care-ți  
împrumută întotdeauna o  
umbrelă când e timp  
frumos și ți-o cere înapoi  
când plouă.”

CUBUL  
Surse de finanțare

5. APLICĂ  
redactați un rebus, astfel  
încât, pe verticală să  
obțineți CREDIT  
BANCAR



# M3 Negociere și contractare



MINISTERUL EDUCAȚIEI  
**COLEGIUL ECONOMIC „DIMITRIE CANTEMIR”**  
**SUCEAVA**

Str. prof. Leca Morariu, nr. 17 A, cod 720174  
 tel/ fax: 0230-520462; e-mail: [economic.suceava@yahoo.com](mailto:economic.suceava@yahoo.com); <http://www.cedcsv.ro>

Operator de date cu caracter personal nr. 34253



Unitatea de învățământ: Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava  
 Profilul: Servicii

Domeniul de pregătire de bază/Domeniul de pregătire generală/Calificarea profesională:  
 Economic/Administrativ/Comerț/Tehnician în comerț

Modulul: M3 Negociere și contractare

Nr. de ore/an: 58

Nr. ore /săptămână: 2 din care: T: 1 LT: 1 IP:-

Clasa: a XII-a D,F

Profesor: Ioachimescu Adriana Elena

Plan de învățământ aprobat prin Ordinul MEN nr. 3500/29.03.2018 corelat cu O.M.E. Nr. 3965/2024  
 Nr. înreg. 445/26.09.2024

Programa aprobată conform OMEN: nr. 3501/29.03.2018 Anexa nr.2

## PLANIFICARE CALENDARISTICĂ AN ȘCOLAR: 2023-2024

Avizat,

Director, prof. Beșa Mihaela

Avizat,

Șef catedră  
 prof. Hagiu Luminița

| Unitatea de rezultate ale învățării /Rezultate ale învățării:                               |   |   | Conținuturile învățării  | Nr. Ore |     | Săptămâna      |          |
|---|---|---|--|---------|-----|----------------|----------|
| URÎ 13 Aplicarea tehnicilor de negociere și contractare                                     |   |   |  | T       | LT  | T              | LT       |
| Cunoștințe  | Abilități   | Atitudini   |  |         |     |                |          |
| (1)   | (2)   | (3)   | (4)  | (5)     | (6) | (7)            | (8)      |
| 13.1.1. Prezentarea conceptului și a elementelor definitorii ale negocierii                 | 13.2.1 Identificarea trăsăturilor specifice procesului de negociere   | 13.3.1 Conștientizarea capacității de a înțelege și utiliza limbajul profesional în negociere | Prezentarea programei.<br>Noțiuni introductive. Test inițial<br><b>Cap. I Aspecte definitorii ale negocierii</b>   | 1       | 1   | S1, S2         | S1       |
| 13.1.2 Descrierea particularităților negocierii în relație cu procesul de vânzare cumpărare | 13.2.2 Similarea situațiilor de negociere în procesul de vânzare cumpărare  |   | I.1 Etimologia termenului negociere  | 1       | 1   | S3             | S2       |
|   | 13.2.3 Analizarea situațiilor de negociere pentru dezvoltarea vocabularului de specialitate, într-o limbă de circulație |   | I.2 Definierea termenului negociere  | 1       | 1   | S4             | S3       |
|   |   |   | I.3 Particularitățile negocierii în relație cu procesul de vânzare cumpărare<br>- Criterii de evaluare a cumpărătorului<br>- Conținutul procesului de vânzare<br>- Tehnici de vânzare utilizate în procesul de negociere | 1       | 1   | S5<br>S6<br>S7 | S4       |
|   |   |   | I.4 Tipuri de negociere  | 1       | 1   |                | S5<br>S6 |

# M3 Negociere și contractare

CONTRACT



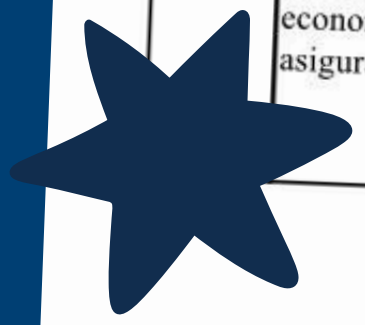
|    |   |  |  |  |   |  |   |  |
|----|---|--|--|--|---|--|---|--|
| 5. | <p>13.1.9 Descrierea tipurilor de contracte economice, folosite în relațiile interne și externe, bazate pe respectarea convențiilor sociale și culturale ale partenerului de afaceri</p> <p>13.1.10 Precizarea prevederilor contractuale în termeni favorabili agentului economic</p> | <p>13.2.8 Completarea contractelor economice ținând cont de uzanțele în vigoare</p> <p>13.2.9 Identificarea prevederilor contractuale în condițiile respectării obligațiilor asumate prin contract</p> <p>13.2.10 Acționarea pentru evitarea situațiilor de prejudiciu sau compromis în situații de negociere date</p> | <p>13.3.5 Conștientizarea identității personale, acceptarea diversității și valorizarea pozitivă a diferențelor în procesul de negociere</p> <p>13.3.6 Manifestarea spiritului civic în condițiile respectării clauzelor asumate prin contract</p> | <p><b>Cap. V Negocierea contractelor</b></p> <p>V.1 Definiere</p> <p>V.2 Tipuri de contracte</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contractul de vânzare cumpărare</li> <li>- Contractul de prestare servicii</li> <li>- Contractul de franciză</li> <li>- Contractul de leasing</li> <li>- Contractul de lohn</li> <li>- Contractul de închiriere</li> <li>- Contractul de comodat</li> <li>- Contractul de concesiune</li> <li>- Contractul individual de muncă</li> <li>- Convenții sociale și culturale în relațiile contractuale</li> <li>- Prevederi contractuale în termeni favorabili agentului economic – Măsuri asiguratorii</li> </ul> | 8 |  | <p>S23</p> <p>S25</p> <p>S26</p> <p>S27</p> <p>S28</p> <p>S29</p> <p>S30</p> <p>S32</p> |  |
|    | <b>Cunoștințe</b>   | <b>Abilități</b>   | <b>Atitudini</b>   | <b>Aspecte abordate prin firma de exercițiu</b>  |   |  |   |  |
|    | <p>13.1.5 Descrierea etapelor negocierii</p> <p>13.1.6 Descrierea tehnicilor și tacticilor de negociere bazate pe raționamente, structuri logice și abstracte</p> <p>13.1.7 Identificarea situațiilor de negociere desfășurate în cadrul</p>  | <p>13.2.5 aplicarea etapelor de negociere în derularea tranzacțiilor economice</p> <p>13.2.6 Stabilirea rezultatelor negocierii în funcție de tehnicile și tacticile utilizate, pe baza raționamentelor logice și abstracte</p> <p>13.2.7 Identificarea situațiilor de negociere desfășurate în cadrul</p>             | <p>13.3.4 Colaborarea activă cu membrii echipei de negociere pentru definitivarea tranzacțiilor comerciale</p> <p>13.3.5 Asumarea responsabilităților în atenuarea conflictelor, identificate în caz</p>   | <p><b>Tehnici și tactici de negociere în firma de exercițiu</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizarea de tranzacții comerciale în firma de exercițiu: la nivel local, la nivel național, la nivel internațional.</li> </ul>  | 4 |  | <p>S19</p> <p>S20</p> <p>S21</p> <p>S22</p>   |  |



# Modulul 3 Negociere și contractare

## PROIECTUL UNITĂȚII DE ÎNVĂȚARE UNITATEA DE ÎNVĂȚARE 5: Negocierea contractelor

| Nr. crt. | Conținuturi<br>(detalieri)   | Unitatea de rezultate ale<br>învățării /Rezultate ale învățării |                             |                  | Activități de învățare  | Resurse   | Evaluare                          | Obs. |
|----------|--|---|-----------------------------|------------------|---|---|-----------------------------------|------|
|          |  | (2)   |                             |                  |   |   |                                   |      |
| (0)      | (1)  | (2)   | (3)                         | (4)              | (5)   | (6)   |                                   |      |
|          |  | Cunoștințe  | Abilități                   | Atitudini        |   |   |                                   |      |
| 1.       | V.1. Definiere<br>V.2 Tipuri de contracte<br>- Contractul de vânzare<br>cumpărare<br>- Contractul de prestare<br>servicii<br>- Contractul de franciză<br>- Contractul de leasing<br>- Contractul de lohn<br>- Contractul de închiriere<br>- Contractul de comodat<br>- Contractul de concesiune<br>- Contractul individual de<br>muncă<br>- Convenții sociale și<br>culturale în relațiile<br>contractuale<br>- Prevederi contractuale în<br>termeni favorabili agentului<br>economic – Măsuri<br>asiguratorii | 13.1.9<br>13.1.10   | 13.2.8<br>13.2.9<br>13.2.10 | 13.3.5<br>13.3.6 | Utilizarea corectă a terminologiei<br>de specialitate.<br><br>Exerciții de completare a unor<br>contracte.<br><br>Exerciții de identificare a<br>drepturilor și obligațiilor părților în<br>cazul contractelor studiate | Fișe de documentare<br><br>Fișe de lucru cu<br>tipuri de contracte<br><br>Studiu de caz<br><br>Fișe de observație<br><br>Exercițiul | Probe<br>orale/scrise<br>practice |      |





## Lucrare de laborator

|   |   |
|---|---|
| <i>Domeniul de pregătire profesională</i>           | ECONOMIC  |
| <i>Calificarea profesională</i>                     | TEHNICIAN ÎN ACTIVITĂȚI ECONOMICE   |
| <i>Unitatea de rezultate ale învățării</i>          | 12. APLICAREA TEHNICILOR DE NEGOCIERE ȘI CONTRACTARE  |
| <i>Modul</i>  | III. NEGOCIERE ȘI CONTRACTARE   |
| <i>Clasa</i>  | a XII-a   |
| <i>Tema lucrării de laborator/lucrării practice</i> | NEGOCIEREA CONTRACTELOR PENTRU STABILIREA SEDIULUI FIRMEI DE EXERCİȚIU (INCHIRIERE SAU COMODAT) |

## M3 Negociere și contractare

### Rezultate ale învățării vizate:

## Exemplul 12 - Repere metodologice

| Cunoștințe  | Abilități   | Atitudini  |
|---|---|--|
| <p>12.1.9. Descrierea tipurilor de contracte economice, folosite în relațiile interne și externe, bazate pe respectarea convențiilor sociale și culturale ale partenerului de afaceri.</p> <p>12.1.10 Precizarea prevederilor contractuale în termeni</p> | <p>12.2.8 Completarea contractelor economice ținând cont de uzanțele în vigoare.</p> <p>12.2.9 Identificarea prevederilor contractuale în condițiile respectării obligațiilor asumate prin contract.</p> <p>12.2.10 Acționarea pentru evitarea situațiilor de</p> | <p>12.3.5 Conștientizarea identității personale, acceptarea diversității și valorizarea pozitivă a diferențelor în procesul de negociere.</p> <p>12.3.6 Manifestarea spiritului civic în condițiile nerespectării clauzelor asumate prin contract.</p> |



## PROIECT DE LECȚIE

**Unitatea școlară:** Colegiul Economic "Dimitrie Cantemir"

**Profesor:** Ioachimescu Adriana Elena

**Clasa:** a XII-a F

**Data:**

**Durata lecției:** 50 minute

**Modulul III:**

**Unitatea de învățare:** Negocierea contractelor

**Titlul lecției:** Contractul de comodat și contractul de închiriere

**Tipul de lecție:** Lecție de fixare și sistematizare a cunoștințelor

**Rezultatul învățării:** URÎ 13 Aplicarea tehnicilor de negociere și contractare

**Cunoștințe:**

13.1.9 Descrierea tipurilor de contracte economice, folosite în relațiile interne și externe, bazate pe respectarea convențiilor sociale și culturale ale partenerului de afaceri

**Abilități:**

13.2.8 Completarea contractelor economice ținând cont de uzanțele în vigoare

13.2.9 Identificarea prevederilor contractuale în condițiile respectării obligațiilor asumate prin contract

13.2.10 Acționarea pentru evitarea situațiilor de prejudiciu sau compromis în situații de negociere date

**Atitudini:**

13.3.5 Conștientizarea identității personale, acceptarea diversității și valorizarea pozitivă a diferențelor în procesul de negociere

13.3.6 Manifestarea spiritului civic în condițiile respectării clauzelor asumate prin contract

**Obiective operaționale:**

La sfârșitul activității, elevii vor fi capabili:

1. Să diferențieze contractul de comodat de contractul de închiriere;
2. Să prezinte elementele esențiale pentru cele două contracte;
3. Să identifice avantajele și dezavantajele fiecărui contract;
4. Să completeze varianta de contract aleasă

**Mijloace didactice:** Prezentare ppt, coli de hârtie, fișe de documentare, fișe de lucru, caiete de notițe, calculatoare, portofel

**Metode și procedee:** conversația, explicația, instructajul, chestionarul, metoda acvariului, exercițiul, expunerea, demonstrația

**Forma de organizare a activității:** lucrul frontal.

**BIBLIOGRAFIE:**

- *Negociere și contractare*, manual clasa a XII-a – Viorica Bella Dorin, Editura CD Press București, 2018





## Suport teoretic:

| Noțiuni   | Detalii   |
|---|---|
| Ce este negocierea?   | Este o discuție între doi sau mai mulți parteneri, un proces de comunicare structurat, prin care părțile rezolvă diferențele și conflictele care există între ele, încercând să găsească soluții acceptate de toți cei implicați.   |
| Ce este contractul?   | Este acordul între două sau mai multe persoane, cu intenția de a constitui, modifica sau stinge un raport juridic.  |
| Care sunt principalele clauze ale unui contract?              | <ul style="list-style-type: none"><li>- Titlul contractului;</li><li>- Părțile contractante;</li><li>- Obiectul și cauza contractului;</li><li>- Durata contractului;</li><li>- Clauza penală;</li><li>- Forța majoră;</li><li>- Rezilierea;</li><li>- Clauza de confidențialitate;</li><li>- Prețul;</li><li>- Arbitrajul.</li></ul> |
| Care sunt tipurile de contract pentru utilizarea unui imobil? | <ul style="list-style-type: none"><li>- Contractul de închiriere;</li><li>- Contractul de comodat.</li></ul>  |
| Ce este contractul de închiriere?                             | Este contractul în temeiul căruia o persoană, numită locator, se obligă să asigure altei persoane, numite chiriaș, folosința integrală sau parțială a unui imobil pe o durată de timp determinată, în schimbul unui preț corespunzător.   |
| Ce este contractul de comodat?                                | Este un tip de contract de împrumut prin care una dintre părți (comodat) transferă spre folosință un bun unei alte părți (comodatar) cu titlu gratuit.  |



# DEFĂȘURAREA ACTIVITĂȚII

## Metoda Fishbowl (tehnica acvariului)

### **1. DISPUNEREA MOBILIERULUI (ÎN DOUĂ CERCURI CONCENTRICE);**

### **2. CONSTITUIREA GRUPURILOR DE PARTICIPANȚI:**

Participanții aflați în cercul din interior vor constitui grupul de discuție, iar cei plasați în cercul din exterior – grupul de observatori.

### **3. PREZENTAREA SARCINILOR DE LUCRU ȘI STABILIREA REGULILOR;**

Elevii din cercul interior vor dezbate timp de 8-10 minute, posibilitatea încheierii unui contract comodat pentru stabilirea sediului firmei;

### **4. REALIZAREA SARCINILOR DE LUCRU (DEZBATEREA ȘI OBSERVAREA)**

Elevii din cele două grupuri realizează sarcinile distribuite: dezbaterea temei propuse, respectiv completarea fișei de observare

### **5. PREZENTAREA OBSERVAȚIILOR**

Elevii din cercul exterior prezintă datele înregistrate în fișele de observare.

### **6. INVERSAREA ROLURILOR ȘI RELUAREA ETAPELOR 3-5**

- Elevii schimbă locurile;
- Se lansează ideea încheierea unui contract de închiriere pentru stabilirea sediului firmei pe care elevii din cercul interior trebuie să o dezbată;
- Elevii din cercul exterior completează fișe de observare.

### **7. ELEVII DECID VARIANTA DE CONTRACT APLICABILĂ FIRMEI DE EXERCİȚIU.**

# Model Contract de închiriere și Contract de comodat

UZ DIDACTIC



ROCT - Centrala Rețelei Firmelor de  
Exercițiu/Întreprinderilor Simulate din România  
Strada Spiru Haret nr. 10-12, sector 1, București,  
România, C.P. 010176.  
Tel: 021-311.11.82, 021-312.11.81  
email: firma.de.exercitiu@tvet.ro  
web: www.cndipt.ro

## CONTRACT DE ÎNCHIRIERE

Încheiat între:

Școala .....  
cu sediul în ..... județul ..... strada ..... nr. ....  
reprezentat de .....  
în calitate de director

și

Firma de exercițiu ....., reprezentată  
de ..... clasa ....., în calitate de .....  
domiciliat(ă) în oraș ..... județul .....  
strada ..... nr. ....

Prin prezentul contract, (școala) ..... în calitate de  
locator, dă spre închiriere spațiul: ..... din cadrul școlii,  
oraș ..... județ ..... strada ..... nr. .... firmei de  
exercițiu ..... pe durata de un an.

Firma de exercițiu F.E. .... în calitate de chiriaș, are obligația  
sa plătească lunar suma de ..... cu titlul de chirie. Plata chiriei se va  
face în ultima zi a fiecărei luni.

Contractul a fost încheiat azi ..... în doua exemplare, fiecare parte  
primind câte un exemplar.

Locator\*,

Chiriaș,

\*(Semnătura și ștampila)

UZ DIDACTIC



ROCT - Centrala Rețelei Firmelor de  
Exercițiu/Întreprinderilor Simulate din România  
Strada Spiru Haret nr. 10-12, sector 1, București,  
România, C.P. 010176.  
Tel: 021-311.11.82, 021-312.11.81  
email: firma.de.exercitiu@tvet.ro  
web: www.cndipt.ro

## CONTRACT DE COMODAT

Încheiat între:

Școala .....  
cu sediul în ..... județul ..... strada ..... nr. ....  
reprezentat de .....  
în calitate de director

și

Firma de exercițiu ....., reprezentată  
de ..... clasa ....., în calitate de .....  
domiciliat(ă) în oraș ..... județul .....  
strada ..... nr. ....

Prin prezentul contract, (școala) ..... în calitate de  
locator, dă spre folosință cu titlu gratuit spațiul: ..... din  
cadrul școlii, oraș ..... județ ..... strada .....  
nr. .... firmei de exercițiu ..... pe  
durata de un an.

Firma de exercițiu F.E. .... în calitate de comodat, are drept  
de folosință cu titlu gratuit asupra spațiului.

Contractul a fost încheiat azi ..... în doua exemplare, fiecare parte  
primind câte un exemplar.

Comodat\*,

Comodatar,

\*(Semnătura și ștampila)

## FIȘĂ DE OBSERVARE



|  |  |
|--|--|
| Cum relaționează membrii grupului?                       |  |
| Apar conflicte?  |  |
| Ce strategii de detensionare se folosesc, de către cine? |  |
| Care este atmosfera grupului?                            |  |
| Alte aspecte de interes                                  |  |

**Rezultate obținute (se prezintă tabelar rezultatele):**

|   |  |
|---|--|
| Avantajele încheierii unui contract de comodat                          |  |
| Dezavantajele încheierii unui contract de comodat                       |  |
| Avantajele încheierii unui contract de închiriere                       |  |
| Dezavantajele încheierii unui contract de închiriere                    |  |
| Deciderea asupra variantei optime pentru firma de exercitiu             |  |
| Completarea variantei de contract aleasă și semnarea lui de către părți |  |



# Repere metodologice TURISM ȘI ALIMENTAȚIE

REPERE  
METODOLOGICE  
PENTRU CLASA a XII-a

40/45  
ÎNVĂȚĂMÂNT PROFESIONAL  
TURISM ȘI ALIMENTAȚIE







## TURISM

- M 1. Politici de marketing
- M 3. Negociere și contractări
- M 4. Decontarea serviciilor turistice



## GASTRONOMIE

- M 1. Politici de marketing
- M 3. Negociere și contractări
- M 5. Promovarea producției gastronomice
- M 6. Stagiu de pregătire practică privind planificarea în gastronomie



## HOTELĂRIE

- M 1. Politici de marketing
- M 3. Negociere și contractări



## BANQUETING

- M 1. Politici de marketing
- M 3. Negociere și contractări
- M 4. Servicii de protocol
- M 6. Stagiu de pregătire practică în activități protocol

# Modulul 1: Politici de marketing



MINISTERUL EDUCAȚIEI  
 COLEGIUL ECONOMIC „DIMITRIE CÂNTEMIR” SUCEAVA  
 Str. prof. Leca Morariu, nr. 17 A, cod 720174  
 tel./ fax: 0230-520462; e-mail: [economic.suceava@yahoo.com](mailto:economic.suceava@yahoo.com); <http://www.cedcsv.ro>



Operator de date cu caracter personal nr. 34253



Nr. 454 din 26.09.2024

Unitatea de învățământ: *Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava*

Profilul: *Servicii*

Domeniul de pregătire de bază / Domeniul de pregătire generală / Calificarea profesională: *Tehnician în turism*

Modulul: **Modulul I – Politici de marketing (laborator tehnologic)**

Nr de ore / an: *58 ore*

Nr. ore / săptămână: *2* din care: T: *1 oră* LT: *1 oră* IP: *-*

Clasa: *a XII-a*

Profesor: *Alexandra Beindl*

Plan de învățământ aprobat prin: *OMEN nr. 3.500 29.03.2018*

*corelat cu OME nr. 3.965 din 06.03.2024*

Programa aprobată conform *OMEN nr. 3.501 din 29.03.2018*

Avizat Director,  
 prof. ~~Besa~~ *Mihaela*

Avizat,  
 Șef catedră Economic, administrativ, comerț  
 prof. *Hagiu Luminița*

## PLANIFICARE CALENDARISTICĂ Anul școlar 2024-2025

| Nr. crt. | Unitatea de rezultate ale învățării / Rezultate ale învățării  |  |   | Conținuturile învățării   | Nr. ore |    |   | Săptămâna |  |      | Obs  |
|----------|--|--|---|---|---------|----|---|-----------|--|------|------|
|          | UR1 9 – Aplicarea politicilor de marketing   |  |   |   | T       | LT | P | T         | LT   | IP   |      |
| (0)      | Cunoștințe   | Abilități  | Atitudini   | (4)   | (5)     | 8  | 7 | (8)       | (9)  | (10) | (11) |
|          | (1)  | (2)  | (3)   |   |         |    |   |           |  |      |      |
| 0.       |  |  |   | <i>Test predictiv<br/>Noțiuni introductive</i>  | 2       | -  | - |           | S 1<br>S 2   |      |      |
| 1.       | 9.1.2. Precizarea elementelor componente ale unui produs / serviciu în opțiunile de marketing<br>9.1.3. Precizarea etapelor și factorilor care influențează ciclul de viață al unui produs / serviciu<br>9.1.4. Descrierea unei game de produse / servicii și a dimensiunilor acesteia<br>9.1.5. Precizarea etapelor lansării unui produs / serviciu nou pe piață<br>9.1.6. Enumerarea elementelor politicii de produs și a strategiilor de produs | 9.2.2. Identificarea elementelor componente ale unui produs / serviciu în opțiunile de marketing<br>9.2.3. Analizarea etapei din ciclul de viață în care se află un produs / serviciu<br>9.2.4. Evaluarea modului în care ciclul de viață al unui produs / serviciu este influențat de factorii generali și specifici<br>9.2.5. Analizarea gamei de produse și a evoluției ei în timp<br>9.2.6. Elaborarea strategiei de lansare a unui noi produs / serviciu pe piață | 9.3.2. Implicarea activă în analiza produsului / serviciului și a politicii de produs<br>9.3.3. Argumentarea clară și concisă a alegerii strategiei de produs | <b>Capitolul I – Politica de produs a firmei de exercițiu</b><br>I.1. Produse / servicii comercializate de firma de exercițiu<br>I.2. Alcătuirea gamei sortimentale a firmei de exercițiu<br>I.3. Urmărirea evoluției în timp a gamei sortimentale a firmei de exercițiu<br>I.4. Elaborarea etapelor de lansarea de noi produse / servicii pe piața firmelor de exercițiu | -       | 12 | - |           | S 3<br>S 5<br>S 6<br>S 7<br>S 8<br>S 9<br>S 11<br>S 12<br>S 13<br>S 14<br>S 15<br>S 16 |      |      |

# Modulul 1: Politici de marketing



MINISTERUL EDUCAȚIEI  
COLEGIUL ECONOMIC „DIMITRIE CANTEMIR” SUCEAVA  
Str. prof. Leca Morariu, nr. 17 A, cod 720174  
tel./ fax: 0230-520462; e-mail: [economic.suceava@yahoo.com](mailto:economic.suceava@yahoo.com); <http://www.cedcav.ro>

Operator de date cu caracter personal nr. 34253



Nr. 454 din 26.09.2024

Unitatea de învățământ: Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava

Profilul: Serviciu

Domeniul de pregătire de bază / Domeniul de pregătire generală / Calificarea profesională: Economic / Tehnician în activități economice

Modulul: **Modulul I – Politici de marketing (laborator tehnologic)**

Nr de ore / an: 58 ore

Nr. ore / săptămână: 2 din care: T: 1 oră LT: 1 oră IP: -

Clasa: a XII-a B, C

Profesor: Alexandra Beindl

Plan de învățământ aprobat prin: OMEN nr. 3.500/29.03.2018

corelat cu OME nr. 3.965 din 06.03.2024

Programa aprobată conform OMEN nr. 3.501 din 29.03.2018

Avizat Director,  
prof. Besa Mihaela

Avizat,  
Șef catedră Economic, administrativ, comerț  
prof. Hagiu Luminița

## PLANIFICAREA UNITĂȚII DE ÎNVĂȚARE (laborator tehnologic) ANUL ȘCOLAR: 2024-2025

UNITATEA DE ÎNVĂȚARE: **Capitolul II – Politica de distribuție a firmei de exercițiu**

NR. ORE ALOCATE: 4 ore (4 LT)



| Nr. Crt. | Conținuturi (detalii)   | Nr. Ore | Săptămâna | Unitatea de rezultate ale învățării<br>UR1 9 – Aplicarea politicilor de marketing  |  |  | Activități de învățare   | Resurse  | Evaluare  | - |
|----------|---|---------|-----------|--|--|--|--|--|---|---|
|          |   |         |           | Cunostinte   | Abilități  | Atitudini  |  |  |   |   |
| 1.       | <b>Capitolul II –</b> Politica de distribuție a firmei de exercițiu<br><b>II.1.</b> Tipuri de circuite de distribuție utilizate de firma de exercițiu | 1 oră   | S 17      | 9.1.7. Descrierea diferitelor tipuri de circuite de distribuție și a dimensiunilor lor<br>9.1.8. Precizarea intermediarilor și a rolului lor<br>9.1.9. Descrierea diferitelor strategii de distribuție | 9.2.7. Determinarea circuitelor de distribuție optime<br>9.2.8. Alegerea intermediarilor în funcție de specificul produselor / serviciilor<br>9.2.9. Alegerea strategiei de distribuție optime | 9.3.4. Implicarea proactivă în stabilirea strategiei optime de distribuție | Discuții dirijate privind politica de distribuție<br>Exerciții de descriere a circuitelor de distribuție<br>Exerciții aplicative privind strategiile de distribuție<br>Adaptarea limbajului de specialitate în diverse contexte și situații<br>Alcătuirea unui glosar de termen uzuali | Locul desfășurării: sala de clasă<br>Resurse procedurale: conversația, expunerea, exercițiul, observarea, munca independentă, problematizarea, simularea<br>Forme de organizare: frontal, pe grupe, individual<br>Resurse materiale: manuale, auxiliare didactice, fișe de lucru, coli de hârtie, markere, videoproiector, flipchart | Observarea sistematică a activității și comportamentului elevilor<br>Fișe de observare<br>Pachet de evaluare pe UR1 |   |
| 2.       | <b>II.2.</b> Categoriile de intermediari utilizați în firma de exercițiu  | 1 oră   | S 18      |  |  |  |  |  |   |   |
| 3.       | <b>II.3.</b> Criterii de stabilire a circuitelor de distribuție și a intermediarilor, în firma de exercițiu   | 1 oră   | S 20      |  |  |  |  |  |   |   |
| 4.       | <b>II.4.</b> Strategii de distribuție ale firmei de exercițiu   | 1 oră   | S 21      |  |  |  |  |  |   |   |

Întocmit,  
Beindl Alexandra

# Modulul 1: Politici de marketing



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII  
**COLEGIUL ECONOMIC „DIMITRIE CANTEMIR” SUCEAVA**  
Str. prof. Leca Morariu, nr. 17 A, cod 720174  
tel./ fax: 0230-520442; e-mail: [economic@suceava@yahoo.com](mailto:economic@suceava@yahoo.com); <http://www.cedce.ro>  
Operator de date cu caracter personal înregistrat la ANRP nr. 34253



## Proiect didactic

**Clasa:** a XII-a

**Data:**

**Domeniul de pregătire:** Turism

**Calificarea profesională:** Tehnician în turism

**Sala:** II.6

**Disciplina:** MODULUL I – POLITICI DE MARKETING

**Profesor:** REINDI ALEXANDRA

**Titlul lecției:** Lansarea unui nou produs pe piață (metoda "Cutia de pizza")

**Tipul lecției:** Lecție de consolidare a cunoștințelor, priceperilor și deprinderilor

**Obiectivul general:** Precizarea etapelor lansării unui nou produs pe piață

**Obiective operaționale:**

O<sub>1</sub> – să definească noțiunea de "produs nou"

O<sub>2</sub> – să caracterizeze etapele lansării unui nou produs pe piață

O<sub>3</sub> – să identifice elemente specifice pentru fiecare etapă în parte

O<sub>4</sub> – să aplice corect noțiunile însușite

O<sub>5</sub> – să folosească corect limbajul de specialitate

**Metoda didactică utilizată:** "feliile de pizza", explicația, observația directă, discuția interactivă

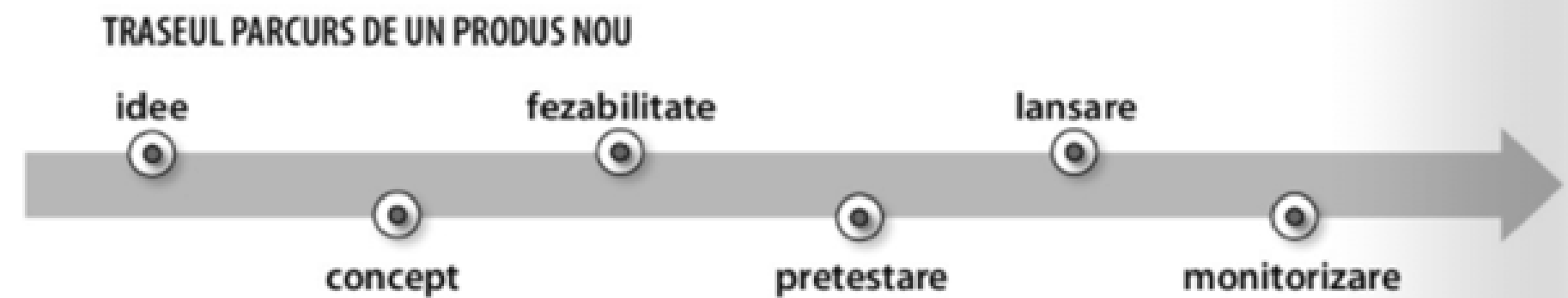
**Resurse materiale:** tablă, marker, avizier virtual cu manual padlet, prezentare cany

Unitatea de rezultate ale învățării / Rezultate ale învățării  
UR1 9 – Aplicarea politicilor de marketing

| Cunoștințe  | Abilități   | Atitudini   |
|---|---|---|
| 9.1.5. Precizarea etapelor lansării unui produs / serviciu nou pe piață | 9.2.2. Identificarea elementelor componente ale unui produs / serviciu în opțiunile de marketing<br>9.2.6. Elaborarea strategiei de lansare a unui nou produs / serviciu pe piață | 9.3.2. Implicarea activă în analiza produsului / serviciului și a politicilor de pro<br>9.3.3. Argumentarea clară și concisă a<br>alegerii strategiei de produs |

### Reactualizarea cunoștințelor

Ne aducem aminte:



### Dirijarea învățării

În ora anterioară, elevii au fost rugați să aibă la ei:

- bucăți de carton mai mărișoare
  - carioci / foarfece
  - un produs drag / preferat (de exemplu: ciocolată, biscuiți, carte, fructe, breloc, ruj, căști – orice produs, dar să fie relativ redus, pentru a nu fi greu de adus la școală)
1. Elevii sunt organizați în grupe de câte 4-5 elevi
  2. Profesorul explică sarcina de lucru.

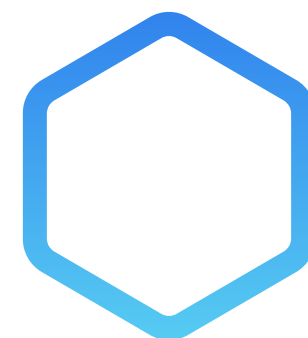
# SARCINA DE LUCRU



## Monitorizarea

1. Elevii prezintă în fața clasei "pizza" realizată
2. Elevii răspund întrebărilor puse de colegi
3. Se expun afișele realizate într-o miniexpoziție
4. Fiecare grupă vizitează expoziția
5. Notează pe foaia anexată comentariile, sugestiile, întrebările lor

La final, se votează cea mai interesantă "pizza"



# Modulul 5: Promovarea producției gastronomice



MINISTERUL EDUCAȚIEI  
**COLEGIUL ECONOMIC „DIMITRIE CANTEMIR” SUCEAVA**  
 Str. prof. Leca Morariu, nr. 17 A, cod 720174  
 tel./ fax: 0230-520462; e-mail: [economic.suceava@yahoo.com](mailto:economic.suceava@yahoo.com); <http://www.cedcsv.ro>

Operator de date cu caracter personal nr. 34253



Avizat Director,  
 prof. Beșa Mihaela

Unitatea de învățământ: Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir”  
 Suceava

Profilul: Servicii

Domeniul de pregătire de bază / Domeniul de pregătire generală / Calificarea profesională: Turism și alimentație/Tehnician în gastronomie

**Modulul V – Promovarea producției gastronomice**

Nr de ore / an: 29 ore

Nr. ore / săptămână: 1 din care: T: - LT: 1 oră IP: -

Clasa: a XII-a

Profesor: Cîrlan Mihaela

Plan de învățământ aprobat prin: OMEN nr. 3.500/29.03.2018 corelat cu OME nr. 3.965 din 06.03.2024

Programa aprobată conform OMEN nr. 3.501 din 29.03.2018

Avizat,  
 Șef catedră Turism și alimentație  
 prof. Vranciu Livia

## PLANIFICARE CALENDARISTICĂ Anul școlar 2024-2025

| Nr. crt. | Unitatea de rezultate ale învățării / Rezultate ale învățării<br>URÎ 17 – Promovarea producției gastronomice  |  |  | Conținuturile învățării   | Nr. ore |    |    | Săptămâna |         |      | Obs  |  |
|----------|---|--|--|---|---------|----|----|-----------|---------|------|------|--|
|          | Cunoștințe  | Abilități  | Atitudini  |   | T       | LT | IP | T         | LT      | IP   |      |  |
| (0)      | (1)   | (2)  | (3)  | (4)   | (5)     | 8  | 7  | (8)       | (9)     | (10) | (11) |  |
| 1.       | 17.1.1 Caracterizarea pieței produselor culinare și de patiserie-cofetărie<br>17.1.2 Prezentarea metodelor de studiere a pieței produselor culinare și de patiserie-cofetărie;<br>17.1.3 Cunoașterea politicilor de producție, de preț, de distribuție și de promovare a produselor culinare și de patiserie-cofetărie. | 17.2.1 Utilizarea ijoacelor de cercetare a pieței produselor culinare și de patiserie;<br>17.2.2 Analizarea informațiilor folosind metode de studiere a pieței produselor de patiserie-cofetărie;<br>17.2.3 Aplicarea politicilor de marketing pentru promovarea produselor de patiserie-cofetărie;<br>17.2.4 Colaborarea cu colegii în scopul îndeplinirii sarcinilor | 17.3.1 Implicarea proactivă și responsabilă în echipele de lucru pentru utilizarea mijloacelor moderne de cercetare a pieței produselor culinare și de patiserie-cofetărie și a tehnicilor adecvate de corelare a cererii cu oferta unității de administrație. | <b>Test inițial. Noțiuni introductive</b><br><br><b>Politici în domeniul preparatelor culinare și a produselor de patiserie-cofetărie:</b><br>- Piața produselor culinare și a produselor de patiserie-cofetărie<br>- Politici de producție, de preț, de distribuție și de promovare a preparatelor culinare și a produselor de patiserie-cofetărie<br>- Mijloace de cercetare a pieței produselor culinare și de patiserie-cofetărie |         | 2  |    |           | S1 – S2 |      |      |  |
|          |   |  |  |   |         | 3  |    |           | S3-S5   |      |      |  |
|          |   |  |  |   |         | 3  |    |           | S6-S8   |      |      |  |
| 2.       | 17.1.4 Prezentarea metodelor de promovare a ofertei de produse culinare și de patiserie-cofetărie;<br>17.1.5 Prezentarea criteriilor care stau la baza organizării expozițiilor culinare, realizării cataloagelor și listelor de produse și stabilirii cadourilor promoționale.   | 17.2.5 Participarea la realizarea materialelor de publicitate comercială a produselor culinare și de patiserie-cofetărie;<br>17.2.6 Transmiterea de informații clare cu privire la oferta de produse culinare și de patiserie-cofetărie.   | 17.3.2 Asumarea responsabilității privind analizarea aplicării metodelor de promovare a ofertei de produse culinare împărțându-se în echipa de lucru informațiile vehiculate.  | <b>Politici de marketing pentru promovarea produselor de patiserie-cofetărie:</b><br>- Metode de promovare a ofertei de produse culinare și de patiserie-cofetărie<br>- Realizarea materialelor de publicitate comercială pentru promovarea produselor culinare și de patiserie-cofetărie<br>- Expoziții de artă culinară în vederea promovării   |         | 3  |    |           | S9-S11  |      |      |  |
|          |   |  |  |   |         | 3  |    |           | S12-S14 |      |      |  |

# Modulul 5: Promovarea producției gastronomice



MINISTERUL EDUCAȚIEI  
**COLEGIUL ECONOMIC „DIMITRIE CANTEMIR” SUCEAVA**  
 Str. prof. Leca Morariu, nr. 17 A, cod 720174  
 tel./ fax: 0230-520462; e-mail: [economic.suceava@yahoo.com](mailto:economic.suceava@yahoo.com); <http://www.cedcsv.ro>



Operator de date cu caracter personal nr. 34253

Unitatea de învățământ: *Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava*  
 Profilul: *Servicii*

Domeniul de pregătire de bază / Domeniul de pregătire generală / Calificarea profesională: *Turism și alimentație/Tehnician în gastronomie*

**Modulul V – Promovarea producției gastronomice**

Nr de ore / an: *29 ore*

Nr. ore / săptămână: *1* din care: T: - LT: *1 oră* IP: -

Clasa: *a XII-a*

Profesor: *Cirlan Mihaela*

Plan de învățământ aprobat prin: *OMEN nr. 3.500 29.03.2018*

*corelat cu OME nr. 3.965 din 06.03.2024*

Programa aprobată conform *OMEN nr. 3.501 din 29.03.2018*

Avizat Director,  
*prof. Beșa Mihaela*

Avizat,  
 Șef catedră *Turism și alimentație*  
*prof. Vranciu Livia*

## PROIECTUL UNITĂȚII DE ÎNVĂȚARE ANUL ȘCOLAR: 2024-2025

**UNITATEA DE ÎNVĂȚARE: Politici de marketing pentru promovarea produselor de patiserie-cofetărie**

**NR. ORE ALOCATE: 12 (LT)**

| Nr crt | Conținuturi (detalii)  | Nr. Ore | Săptămâna | Unitatea de rezultate ale învățării  |   |  | Activități de învățare  | Resurse   | Evaluare  | - |
|--------|--|---------|-----------|--|---|--|---|---|---|---|
|        |  |         |           | UR17 – Promovarea producției gastronomice  |   |  |   |   |   |   |
|        |  |         |           | Cunostinte   | Abilități   | Atitudini  |   |   |   |   |
| 1.     | <b>Politici de marketing pentru promovarea produselor de patiserie-cofetărie:</b><br>Metode de promovare a ofertei de produse culinare și de patiserie-cofetărie | 3 ore   | S12-S14   | 17.1.4 Prezentarea metodelor de promovare a ofertei de produse culinare și de patiserie-cofetărie;   | 17.2.5 Participarea la realizarea materialelor de publicitate comercială a produselor culinare și de patiserie-cofetărie;   | 17.3.2 Asumarea responsabilități privind analizarea aplicării metodelor de promovare a ofertei de produse culinare și de patiserie-cofetărie împărtășindu-se în echipa de lucru informațiile vehiculate. | - Discuții dirijate privind politica de marketing<br>- Situații-problemă privind metodele de promovare;<br>- Exerciții aplicative privind realizarea materialelor de promovare;<br>- Adaptarea limbajului de specialitate în diverse contexte și situații;<br>- Alcătuirea unui glosar de termeni uzuali. | <b>Locul desfășurării:</b> laborator, firmă de exercițiu<br><b>Resurse procedurale:</b> conversația, expunerea, exercițiul, observarea, munca independentă, problematizarea, simularea<br><b>Forme de organizare:</b> frontal, pe grupe, individual<br><b>Resurse materiale:</b> fișe de documentare, auxiliare didactice, fișe de lucru, coli de hârtie, markere, calculatoare și telefoane conectate la internet, tablă inteligentă | Observarea sistematică a activității și comportamentului elevilor<br><br>Fișe de observare<br><br>Evaluare orală<br><br>Evaluare scrisă |   |
| 2.     | Realizarea materialelor de publicitate comercială pentru promovarea produselor culinare și de patiserie-cofetărie  | 3 ore   | S15-S17   | 17.1.5 Prezentarea criteriilor care stau la baza organizării expozițiilor culinare, realizări cataloagelor și listelor de produse și stabilirii cadourilor promoționale. | 17.2.6 Transmiterea de informații clare cu privire la oferta de produse culinare și de patiserie-cofetărie.<br><br>17.2.7 Pregătirea expozițiilor de artă culinară în vederea promovării produselor culinare. | 17.3.3 Respectarea normelor de dezvoltare durabilă în organizarea expozițiilor de artă culinară ca rezultat al exprimării deschise și creative în stabilirea obiectivelor de promovare                   |   |   |   |   |
| 3.     | Expoziții de artă culinară în vederea promovării produselor culinare și de patiserie-cofetărie   | 3 ore   | S18-S20   |  |   |  |   |   |   |   |
| 4.     | Norme de dezvoltare durabilă în organizarea expozițiilor de artă culinară  | 1 oră   | S21       |  |   |  |   |   |   |   |
| 5.     | Recapitulare - evaluare  | 2 ore   | S22 - S23 |  |   |  |   |   |   |   |



## Lucrare de laborator

|   |  |
|---|--|
| <i>Domeniul de pregătire profesională</i>           | Turism și alimentație  |
| <i>Calificarea profesională</i>                     | Tehnician în gastronomie   |
| <i>Unitatea de rezultate ale învățării</i>          | 17. Promovarea producției gastronomice   |
| <i>Modul</i>  | Modulul V: Promovarea producției gastronomice  |
| <i>Clasa</i>  | a XII-a  |
| <i>Tema lucrării de laborator/lucrării practice</i> | Metode de promovare a ofertei de produse culinare și de patiserie - cofetărie:<br>Listele de meniu |

## M5: Promovarea producției gastronomice

### Rezultate ale învățării vizate:

### Exemplul 4 - Repere metodologice

| Cunoștințe   | Abilități  | Atitudini  |
|--|--|--|
| 17.1.4. Prezentarea metodelor de promovare a ofertei de produse culinare și de cofetărie - patiserie | 17.2.5. Participarea la realizarea materialelor de publicitate comercială a produselor culinare și de cofetărie - patiserie<br><br>17.2.6. Transmiterea de informații clare cu privire la oferta de produse culinare și de cofetărie - patiserie | 17.3.2. Asumarea responsabilității privind analizarea aplicării metodelor de promovare a ofertei de produse culinare și de cofetărie - patiserie, împărtășindu-se în echipa de lucru informațiile vehiculate |





## PROIECT DIDACTIC

**UNITATEA ȘCOLARĂ:** Colegiul Economic ”Dimitrie Cantemir”

**MODULUL 5 – PROMOVAREA PRODUCȚIEI GASTRONOMICE**

**CLASA:** a XII-a

**PROFESOR:** Cîrlan Mihaela

**UNITATEA DE ÎNVĂȚARE:** Politici de marketing pentru promovarea produselor de patiserie-cofetărie

**TITLUL LECȚIEI:** Metode de promovare a ofertei de produse culinare și de patiserie – cofetărie: Listele de meniu

**TIPUL LECȚIEI:** Lecție de formare de priceperi și deprinderi

**DATA:**

**TIMP NECESAR:** 50 min.

**LOCUL DE DESFĂȘURARE:** firma de exercițiu

**UNITATEA REZULTATULUI ÎNVĂȚĂRII:** URÎ 17 – Promovarea producției gastronomice

**REZULTATE ALE ÎNVĂȚĂRII:**

**Cunoștințe:** 17.1.4. Prezentarea metodelor de promovare a ofertei de produse culinare și de cofetărie – patiserie;

**Abilități:** 17.2.5. Participarea la realizarea materialelor de publicitate comercială a produselor culinare și de cofetărie – patiserie;  
17.2.6. Transmiterea de informații clare cu privire la oferta de produse culinare și de cofetărie – patiserie;

**Atitudini:** 17.3.2. Asumarea responsabilității privind analiza aplicării metodelor de promovare a ofertei de produse culinare, împărtășindu-se în echipa de lucru informațiile vehiculate.

**OBIECTIVE OPERAȚIONALE:**

La sfârșitul lecției, elevii vor fi capabili:

- O1 - Să prezinte rolul listelor de meniu în promovarea ofertei de produse culinare;
- O2 - Să identifice cerințele care trebuie respectate în realizarea listelor de meniu;
- O3 - Să elaboreze un meniu care să îndeplinească cerințele generale și specifice, cu ajutorul unui șablon online;
- O4 – Să prezinte o listă de meniu pentru un restaurant clasic.

**METODE ȘI PROCEDEE:** conversația, explicația, problematizarea, exercițiul.

**MIJLOACE DE ÎNVĂȚĂMÂNT:** fișe de documentare, calculatoare cu conexiune la internet, tablă inteligentă

**FORME DE ORGANIZARE A ACTIVITĂȚII:** frontală, pe grupe.

**FORME DE EVALUARE:** evaluare formativă prin observare sistematică și apreciere verbală.

**BIBLIOGRAFIE :**

- Fișa de documentare: [https://file.ucdc.ro/cursuri/T\\_3\\_n35\\_Tehnologie\\_hoteliera.pdf.pdf](https://file.ucdc.ro/cursuri/T_3_n35_Tehnologie_hoteliera.pdf.pdf)



# DESFĂȘURAREA ACTIVITĂȚII

Se prezintă  
tema  
activității;

1

Se împarte  
colectivul în  
grupe de câte 4  
elevi;

2

Se prezintă  
sarcina de  
lucru

3

Elevii citesc fișa de  
documentare,  
analizează modelul din  
șablon și elaborează  
lista de meniu conform  
cerințelor;

4

Fiecare grupă alege  
reprezentantul care  
va prezenta lista în  
fața clasei,  
argumentând soluțiile  
alese

5



## 3. Sarcina de lucru:

Se solicită elevilor să citească fișa de documentare, care prezintă Listele de meniuri ca mijloc de promovare a ofertei restaurantului apoi, conform cerințelor specificate în fișă, să elaboreze o listă de meniu pentru un restaurant clasic.

Pentru realizarea listei se va porni de la șablonul prezentat prin accesarea link-ului:

<https://depositphotos.com/ro/vector/vector-template-restaurant-menu-pricelist-chef-hat-cutlery-curls-233981470.html>

## Metode de promovare a ofertei de produse culinare și de patiserie – cofetărie: Listele de meniu



Listele de meniu prezentate clienților în condiții de profitabilitate dorită de către fiecare administrator de restaurant, trebuie să fie un mijloc prin care să se asigure, în final, creșterea vânzărilor. În acest context, listele de preparate și băuturi trebuie să constituie în primul rând un mijloc de marketing pentru că, indiferent de motivația servirii meselor de clienți, aceștia sunt dornici să regăsească în liste tocmai motivele pentru care ei sunt prezenți în unitățile respective. Listele întocmite, prin calitate și claritate, fac o bună prezentare a sortimentelor oferite clienței, adaptarea ofertei pentru a vinde ceea ce convine, adică a găsi o bună adaptare între oferta restaurantelor și cerințele pieței.

### Cerințe pentru realizarea listelor de meniu

Activitatea practică a generalizat metoda alcătuirii listei de preparate și băuturi diferențiat pe tipuri de unități, în funcție de categoria lor și de sortimentele pe care le oferă clienților în mod curent. De obicei, în marile unități se întocmesc liste separate pentru preparate, băuturi și micul dejun, pentru copii etc.

Listele întocmite trebuie să răspundă anumitor **cerințe de ordin general** și anume:

- să fie estetice, cu o grafică corespunzătoare, astfel încât să constituie un mijloc de reclamă pentru unitatea respectivă, să trezească interesul clientului și să-i stimuleze apetitul și imaginația;
- să arate denumirea, să sugereze profilul restaurantului, al firmei, logoul și alte informații;
- să fie scrise corect, fără ștersături și, în afară de limba română, textul lor să fie tradus în una-două limbi străine, corespunzător structurii clienților care frecventează unitatea;
- să fie aranjate în pagină pe grupe de sortimente, de regulă în ordinea în care sunt servite și a prețurilor, începând cu cele mai mici. Se va evidenția denumirea grupelor prin subtitluri, cu litere având caractere mai mari;
- să fie dimensionate corespunzător;
- să conțină denumirea completă a sortimentelor de preparate și băuturi oferite, precum și prețul pe unitate de măsură;



- să popularizeze, dacă este cazul, preparate și băuturi românești;
- să evidențieze specialitățile casei, ale zilei și ale bucătarului-șef;
- să fie sugestive și să ușureze alegerea meniurilor;
- să evite denumiri pompoase pentru preparate de calitate modestă, jargonul profesional sau regional;
- să fie întocmit periodic;
- să evidențieze zilnic acele preparate care se pregătesc numai în anumite zile, ca urmare a specificului unității;
- să specifice dacă se practică sau nu taxe pentru servicii și mărimea acestora;
- să fie într-un număr suficient, (o listă pentru 1-2 mese, se are în vedere că în mod normal, la luarea comenzii, fiecare client are o listă);
- preparatele de importanță deosebită pot avea o prezentare aparte (fotografii, componente).

La stabilirea preparatelor și băuturilor din listă este necesar să se țină seama de **condițiile concrete** existente în fiecare unitate și anume:

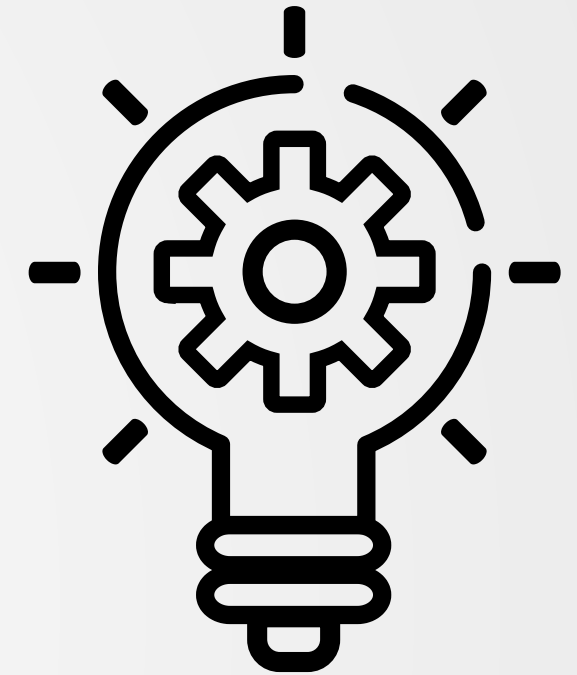
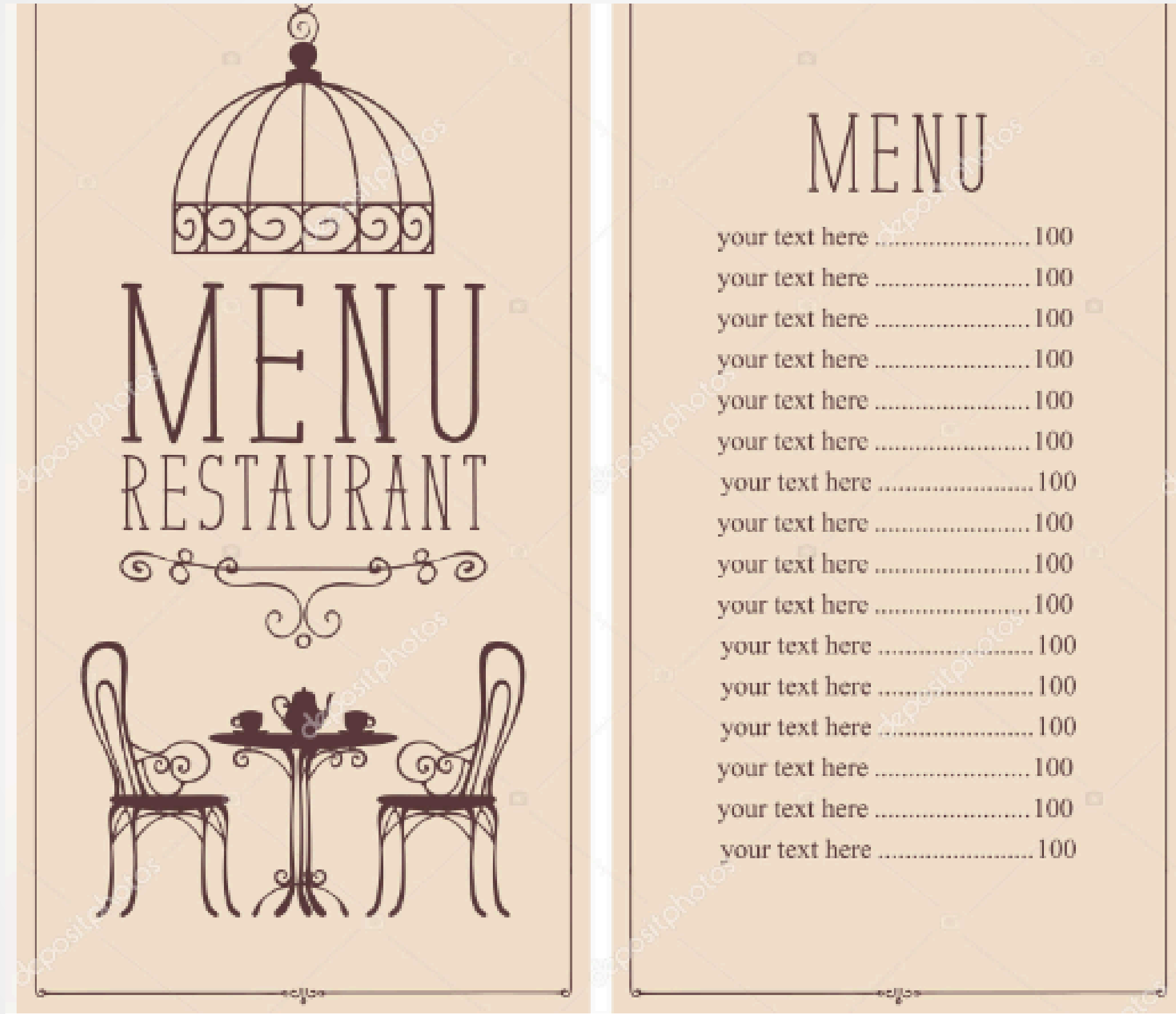
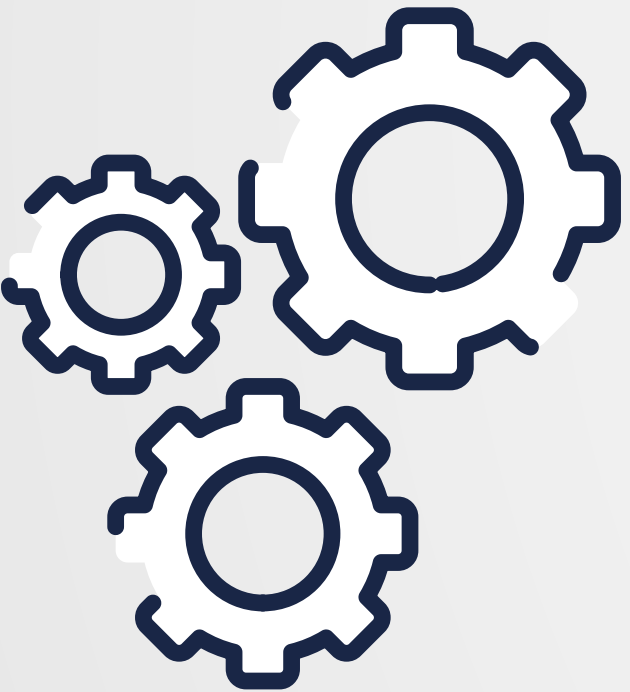
- condițiile de producție din bucătărie;
- serviciul ales pentru oferirea preparatelor respective;
- structura clienței (locale și internaționale);
- posibilitățile de aprovizionare cu alimente de pe piața locală;
- prețurile alimentelor ce intră în componența diferitelor preparate.

Atunci când se reînnoiesc, noile tipuri de liste trebuie să se țină seama de **cerințe**:

- schimbarea concepției grafice după 3-5 ani;
- necesarul de liste pentru perioada respectivă;
- posibilitățile financiare ale unității pentru tipurile noilor liste;
- selecționarea tipului de listă și a hârtiei;
- grafica listelor să sublinieze decorul restaurantului și să corespundă specificului acestuia;
- dimensiunea și forma listelor să se aleagă în funcție de posibilitățile tipografice, ele trebuie să fie ușor lizibil și să poată fi adaptate cu ușurință în dispozitivele (suporturile) de prezentare ale unității;
- hârtia să fie de bună calitate, culoare deschisă, groasă, lucioasă sau mată, rezistentă la uzură.



## Șablonul care va sta la baza elaborării listei de meniu:



Link șablon: <https://depositphotos.com/ro/vector/vector-template-restaurant-menu-price-list-chef-hat-cutlery-curls-233981470.html>