



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII  
**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



**- Tematică -**

**Examen de diferențe pentru elevi cu cereri de transfer în clasa a XII a**

Calificare profesională:

Tehnician în activități de comerț

**Discipline – Clasa a IX a**

**M I BAZELE CONTABILITĂȚII**

1. Obiectul și metoda contabilității - comunicarea informațiilor contabile:
  - a) definiția și trăsăturile obiectului contabilității
  - b) categorii specifice obiectului de studiu al contabilității: active, capitaluri proprii, datorii (situația poziției financiare), venituri și cheltuieli (situația performanței financiare), ecuația fundamentală a contabilității

Bibliografie:

1. *Comerț. Manual pentru clasa a IX-a, Autori: Tanțica Petre, Gabriela Iordache, Gabriela Simionescu, Tatiana Stănescu, Editura CD PRESS, București, 2010*
2. *Bazele contabilității - Manual pentru clasa a IX-a, Autori: Viorica-Bella Dorin, Constanța Brumar, Nicoleta Negoianu, Mariana Manole, Editura CD PRESS, București, 2018*

**M II ECONOMIA ÎNTREPRINDERII**

1. Tipuri de unități economice (delimitări, caracteristici, tipologii)
2. Organizarea structurală (concept, tipuri, elemente de bază)
3. Tipuri de resurse (definiție, tipuri, clasificare)

Bibliografie:

1. *Economia întreprinderii – manual pentru clasa a IXa, Autori: Viorica-Bella Dorin, Constanța Brumar, Nicoleta Negoianu, Mariana Manole, Editura CD PRESS, București, 2018*

**M III - CALITATEA PRODUSELOR ȘI SERVICIILOR**

**1. Concepte de bază în studiul mărfurilor și serviciilor**

- 1.1. Marfa. Semnificația conceptului de marfă
- 1.2. Termeni cu semnificație similară - bun, produs, articol
- 1.2. Serviciile: definire, rol, importanță

**2. Marcarea mărfurilor**

- 2.1. Elemente de definire a mărcilor
- 2.2. Funcțiile mărcilor
- 2.3. Clasificarea mărcilor

**3. Ambalarea mărfurilor**

- 3.1. Definirea ambalajului
- 3.2. Definirea operației de ambalare a mărfurilor
- 3.3. Funcțiile ambalajului



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII  
**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



### 3.4. Tipuri de materiale utilizate pentru ambalaje

#### Bibliografie:

1. Calitatea produselor și serviciilor, Manual pentru clasa a IX-a, a Autori: coord. Tănțica Petre, Editura CD PRESS, București, 2018
2. Calitatea produselor și serviciilor, Manual pentru clasa a IX-a, Autori: Viorica-Bella Dorin, Constanța Brumar, Nicoleta Negoianu, Mariana Manole, Editura CD PRESS, București, 2018

## **M IV CDL: CALCUL ECONOMIC ȘI COMPLETARE DOCUMENTE PENTRU PRINCIPALELE TRANZACȚII ECONOMICE”**

### **Capitolul I – Evaluarea și calculația economică**

- 1.1 Noțiuni generale privind evaluarea și principiile acesteia
- 1.2. Metode de evaluare a patrimoniului
- 1.3. Calculația ca instrument al evaluării
- 1.4. Calcularea prețurilor și tarifelor

### **Capitolul II –Echipamente, softuri și documente de evidență contabilă**

- 2.1. Documente de evidență contabilă-noțiune, importanță, structură
- 2.2.Clasificarea documentelor după diferite criterii
- 2.3. Completarea documentelor pentru principalele activități

#### Bibliografie:

1. *Legea Contabilității nr. 82/1991 modificată și republicată;*
2. *O.M.F.P. 1802/2014*
3. *Curriculumul Național în vigoare*

## **DISCIPLINE CLASA a X-a**

### **M I ETICĂ ȘI COMUNICAREA PROFESIONALĂ**

1. Tehnici de comunicare (obiective, niveluri, forme, mijloace)
2. Tipuri de comunicare (verbală, nonverbală, scrisă)

#### Bibliografie:

1. *etică și comunicare profesională - Manual pentru clasa a X a Autori: Viorica-Bella Dorin, Editura CD PRESS, București, 2018*

### **M II CONTABILITATE GENERALĂ**

1. Bilanțul contabil (definiție, importanță, structură, tipuri de modificării bilanțiere)
2. Contul (definiție, forme, structură, reguli de funcționare, planul de conturi)
3. Balanța de verificare (definiție, importanță, funcții, clasificare, etape de întocmire)

#### Bibliografie:

1. *Manual pentru clasa a X a - Comerț, Autori Petre, G. Iordache , G. Simionescu, V. Capotă, M. Ciurtin, G. Dorin , Editura CD Press, 2010*



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII  
**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



2. *Contabilitate generală - Manual pentru clasa a X-a, Autori: Viorica-Bella Dorin, Dorina-Iuliana Rață-Tarcan, Editura CD PRESS, București, 2018*

### **M III PROTECȚIA CONSUMATORULUI ȘI A MEDIULUI**

#### **1. Consumatorul în economia de piață**

- 1.1. Locul și rolul consumatorului în economia de piață
- 1.2. Conceptul de consumator
- 1.3. Drepturile consumatorului

#### **2. Etichetarea și ambalarea ecologică**

- 2.1. Sisteme de marcare ecologică a produselor

#### **3. Nemulțumirile consumatorilor de produse și servicii**

- 3.1. Reclamațiile consumatorilor de produse și servicii
- 3.2. Norme referitoare la informarea și educarea în domeniul protecției consumatorilor

#### **4. Protecția mediului**

- 4.1. Obligațiile agenților economici în raport cu protecția mediului

#### Bibliografie:

1. *Manual pentru clasa a X a - Comerț, Autori: coord. Tănțica Petre, Ed. CD Press, București, 2010*
2. *Protecția consumatorilor, manual pentru clasa a Xa, Autori: Viorica-Bella Dorin, Dorina-Iuliana Rață-Tarcan, Editura CD PRESS, București, 2018*

### **M IV STAGIU DE PREGĂIRE PRACTICĂ- CDL - BIROU DE ÎNVĂȚARE**

Evidența operativă și contabilă a operațiilor patrimoniale din cadrul firmei de exercițiu:

1. Relațiile cu terți, drepturi și obligații ce decurg din acesta;
2. Operații de constituire a firmei de exercițiu;
3. Operații de aprovizionare cu mărfuri;
4. Operații de comercializare a mărfurilor;
5. Operații de plăți și încasări;
6. Operații de înregistrare a rezultatului financiar.

#### Bibliografie:

1. *Manual pentru clasa a X a - Comerț, Autori Petre, G. Iordache , G. Simionescu, V. Capotă, M. Ciurtin, G. Dorin , Editura CD Press, 2010*
2. *Contabilitate generală - Manual pentru clasa a X-a, Autori: Viorica-Bella Dorin, Dorina-Iuliana Rață-Tarcan, Editura CD PRESS, București, 2018*

### **DISCIPLINE CLASA a XI-a**

#### **M I ADMINISTRAREA FIRMEI**

1. Etapele înființării întreprinderii
2. Documente necesare înființării unei întreprinderi
3. Organizarea structurală a întreprinderii:
  - definire



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII  
**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



- elementele componente ale structurii organizatorice (postul, funcția, nivelul ierarhic, ponderea ierarhică, compartimentul, relațiile organizatorice)

#### **4. Funcțiunile întreprinderii: (definire și activități)**

- funcțiunea de cercetare-dezvoltare
- funcțiunea de producție
- funcțiunea de marketing
- funcțiunea comercializare
- funcțiunea financiar-contabila
- funcțiunea de personal

#### **Bibliografie:**

1. *Planificare operațională*, clasa a XI-a, filierea tehnologică, Autori: Ilie, Suzana Camelia; Tanislav, Cristina; Postovei, Cătălina – Editura Oscar Print, București, 2006
2. *Administrarea firmei, manual pentru clasa a XIa*, Autori: Viorica-Bella Dorin, Editura CD PRESS, București, 2019

## **M II MARKETING**

### **Conținuturi**

#### **Capitolul I – Rolul marketingului în activitatea agentului economic**

1. Obiectivele marketingului: economice (cifra de afaceri, cota de piață, volumul vânzărilor) și psihologice (imaginea firmei, nivelul fidelizării clienților, gradul de satisfacere al clienților)
2. Principiile marketingului: satisfacerea clienților și obținerea de profit
3. Coordonarea funcțiilor de marketing în realizarea scopurilor propuse: investigarea pieței și a nevoilor, conectarea la mediu, maximizarea profitului și satisfacerea superioară a clienților

### **Bibliografie**

1. Ilie, Suzana Camelia; Tanislav, Cristina; Postovei, Cătălina (2006) – *Marketingul afacerilor*, clasa a XI-a, filiera tehnologică, Editura Oscar Print, București
2. *Marketing – manual pentru clasa a XIa*, Autori: Viorica-Bella Dorin, Iuliana Bechet, Editura CD PRESS, București, 2019

## **M III CONTABILITATE**

### **1. Înregistrarea operațiilor economico-financiare**

- 1.1. Contabilitatea capitalurilor proprii
- 1.2. Contabilitatea imobilizărilor
- 1.3. Contabilitatea stocurilor
- 1.4. Contabilitatea decontărilor cu terți
- 1.5. Contabilitatea trezoreriei
- 1.6. Contabilitatea cheltuielilor și veniturilor

### **Bibliografie:**

1. Maria Popan (2018) - Contabilitate, Clasa XI, Filiera Tehnologică, Profil Servicii, Editura Oscar Print, București



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII  
**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



2. Contabilitate - Manual pentru clasa a XI-a, Autori: Viorica-Bella Dorin, Dorina-Iuliana Rață-Tarcan, Editura CD PRESS, București, 2020

## **MIV TEHNOLOGIE COMERCIALĂ**

1. Forme de vânzare tradiționale: comerțul stabil (vânzare clasică, vânzare asistată, vânzare cu autoservire, automate comerciale); comerțul fără magazine (vânzarea la domiciliu, vânzarea pe bază de catalog, vânzarea pe credit)
2. Organizarea suprafeței de vânzare (tipuri de unități comerciale; fluxuri de circulație)

### **Bibliografie:**

Ana Lucia Ristea Tehnologie comercială - producție, distribuție, consum, ediția a II-a, revăzută și adăugită, Editura: Expert , 1999, București

<https://www.scribd.com/document/352800540/comert-clasa-a-9-a>

## **M V CDL – MERCHANDISING ȘI COMERT MODERN**

### **Conținuturi:**

#### **1. Activitatea de merchandising:**

- 1.1. Definirea și importanța noțiunii de merchandising
- 1.2. Scop, obiective, rolul merchandising-ului în activitatea agentului comercial
- 1.3. Merchandising-ul - mijloc de promovare a vânzărilor

#### **2. Forme tradiționale de vânzare:**

- 2.1. Categoriile de forme tradiționale de vânzare;
- 2.2. Caracterizarea formelor tradiționale de vânzare;
- 2.3. Descrierea avantajelor și dezavantajelor formelor tradiționale de vânzare.

#### **3. Comerțul electronic – formă modernă de comerț**

- 3.1. Concepte generale referitoare la comerțul electronic
- 3.2. Forme de concretizare a comerțului electronic

### **Bibliografie:**

Ana Lucia Ristea Tehnologie comercială - producție, distribuție, consum, ediția a II-a, revăzută și adăugită, Editura: Expert , 1999, București

## **MVI STAGIU DE PRACTICĂ privind tehnologia comercială**

1. Activități practice privind realizarea unui sondaj de opinie cu privire la satisfacția clienților
2. Activități practice de organizarea suprafeței de vânzare.

### **Bibliografie:**

Ana Lucia Ristea Tehnologie comercială - producție, distribuție, consum, ediția a II-a, revăzută și adăugită, Editura: Expert , 1999, București