

REVISTĂ ON-LINE

# MEDIUL DE AFACERI ÎN ERA DIGITALĂ

REVISTĂ DE EDUCAȚIE ECONOMICĂ,  
CERCETARE ȘI BUNE PRACTICI



IDEI, INOVAȚIE  
ȘI DIGITALIZARE



EDUCAȚIE,  
COLABORARE  
ȘI PERSPECTIVE EUROPENE



EXEMPLE DE BUNE PRACTICI  
ȘI EXPERIENȚE DE SUCCES

„Educația economică de azi,  
succesul în afaceri de mâine!”



EDIȚIA 1

SUCEAVA  
2026

# MEDIUL DE AFACERI ÎN ERA DIGITALĂ

*REVISTĂ ON-LINE REALIZATĂ ÎN CADRUL PROIECTULUI  
EDUCAȚIONAL „MEDIUL DE AFACERI ÎN ERA DIGITALĂ”, ÎNSCRIS ÎN  
CPEEJ, POZIȚIA C12-2*

EDIȚIA I

ISSN: 3153 - 371X ISSN - L 3153 - 371X

## **Colectivul de redacție:**

Prof. HAGIU Luminița  
Prof. STAFIE Gabriela  
Prof. ȘOMÎTCĂ Alina  
Prof. REINDL Alexandra

SUCEAVA, 2026

## CUPRINS

### SECȚIUNEA I

|                                                     |          |
|-----------------------------------------------------|----------|
| <b>Lucrări științifice, referate metodice .....</b> | <b>3</b> |
|-----------------------------------------------------|----------|

|                                                                                                                        |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| STRATEGII DE PROMOVARE A AFACERILOR ÎN MEDIUL ONLINE-VECTORI DE DEZVOLTARE A COMPETENȚELOR DIGITALE ÎN RÂNDUL ELEVILOR |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

|                                                                                    |   |
|------------------------------------------------------------------------------------|---|
| prof. Andreea Claudia ANDRIEȘ, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava ..... | 3 |
|------------------------------------------------------------------------------------|---|

|                                              |  |
|----------------------------------------------|--|
| ADMINISTRAȚIA PUBLICĂ LOCALĂ ÎN ERA DIGITALĂ |  |
|----------------------------------------------|--|

|                                                                                |   |
|--------------------------------------------------------------------------------|---|
| prof. Anca-Cecilia AXENTIOI, Colegiul „Alexandru cel Bun” Gura Humorului ..... | 5 |
|--------------------------------------------------------------------------------|---|

|                                                                                              |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| INOVAȚIA LA UN CLICK DISTANȚĂ ... REDEFINIREA MEDIULUI DE AFACERI ÎN CONTEXTUL DIGITALIZĂRII |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|--|

|                                                                                          |   |
|------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| prof. Lăcrămioara Măriuca ȘUHANI, Colegiul Silvic „Bucovina” Câmpulung Moldovenesc ..... | 7 |
|------------------------------------------------------------------------------------------|---|

|                                                                                                                               |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| „BUSINESS ÎN ERA DIGITALĂ: DE LA TRADIȚIONAL LA INOVATOR”. Adaptat pentru elevi – Tehnician în economie / tehnician în turism |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

|                                                                                    |   |
|------------------------------------------------------------------------------------|---|
| prof. Paraschiva STÎNGACIU, Colegiul Silvic „Bucovina” Câmpulung Moldovenesc ..... | 9 |
|------------------------------------------------------------------------------------|---|

|                                                                                       |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------|--|
| MEDIUL DE AFACERI ÎN ERA DIGITALĂ. STUDIU APLICATIV: MODERNIZAREA FIRMEI DE EXERCİȚIU |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------|--|

|                                                                                  |    |
|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| prof. mentor Luminița HAGIU, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava ..... | 11 |
|----------------------------------------------------------------------------------|----|

|                                                                                           |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| REVOLUȚIA DIGITALĂ ȘI REDEFINIREA MEDIULUI DE AFACERI: DE LA SUPRAVIEȚUIRE LA PERFORMANȚĂ |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|--|

|                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| prof. dr. Gabriela STAFIE, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava ..... | 14 |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|

|                                                                                                                          |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| EDUCAȚIA PENTRU IDENTIFICAREA DEZINFORMĂRII ÎN MEDIUL DE AFACERI DIGITAL – ACTIVITĂȚI PRACTICE LA DISCIPLINELE ECONOMICE |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| prof. Adriana IOACHIMESCU, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir”, Suceava ..... | 16 |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|

|                                                                                                                                   |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| MEDIUL DE AFACERI ÎN ERA DIGITALĂ – PROVOCĂRI ȘI OPORTUNITĂȚI PRIVIND PROTECȚIA CONSUMATORULUI ȘI POLITICILE MODERNE DE MARKETING |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| prof. Ramona ȘPAC, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava ..... | 19 |
|------------------------------------------------------------------------|----|



### SECȚIUNEA II

|                                                                                                       |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Promovarea dimensiunii europene a educației economico-financiară prin proiectele școlare .....</b> | <b>21</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|

|                                                                    |  |
|--------------------------------------------------------------------|--|
| DEZVOLTARE PROFESIONALĂ PRIN MOBILITATE EUROPEANĂ — RIMINI, ITALIA |  |
|--------------------------------------------------------------------|--|

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| prof. dr. Petronela VULTUR, Colegiul „Alexandru cel Bun” Gura Humorului..... | 21 |
|------------------------------------------------------------------------------|----|

|                                                                                                                                                                                                                      |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| PROMOVAREA DIMENSIUNII EUROPENE A EDUCAȚIEI ECONOMICO-FINANCIARE PRIN PROIECTELE ȘCOLARE „BUSINESS ÎN ERA DIGITALĂ: DE LA TRADIȚIONAL LA INOVATOR”. Adaptat pentru elevi – Tehnician în economie/tehnician în turism |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

|                                                                                    |    |
|------------------------------------------------------------------------------------|----|
| prof. Paraschiva STÎNGACIU, Colegiul Silvic „Bucovina” Câmpulung Moldovenesc ..... | 23 |
|------------------------------------------------------------------------------------|----|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                            |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| CALEA CĂTRE STANDARDE EUROPENE: ELEVII COLEGIILOR ECONOMIC „DIMITRIE CANTEMIR” SUCEAVA AU CUCERIT PORTUGALIA ÎNTR-UN STAGIU DE PRACTICĂ ERASMUS+ VET<br>prof. mentor Luminița HAGIU, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava .....                                                   | 24        |
| MOBILITATEA ERASMUS+ VET ÎN BRAGA, PORTUGALIA – UN PAS SPRE CONSOLIDAREA DIMENSIUNII EUROPENE A EDUCAȚIEI ECONOMICE<br>prof. dr. Gabriela STAFIE, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava .....                                                                                      | 25        |
| PROMOVAREA DIMENSIUNII EUROPENE A EDUCAȚIEI ECONOMICO-FINANCIARE PRIN PROIECTE ȘCOLARE – EXPERIENȚA ÎN PROIECTE ETWINNING DERULATE LA COLEGIUL ECONOMIC „DIMITRIE CANTEMIR” SUCEAVA ÎN ANUL ȘCOLAR 2025-2026<br>prof. Alexandra REINDL, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava..... | 27        |
| <hr/>                                                                                                                                                                                                                                                                                      |           |
| <b>SECȚIUNEA III</b>                                                                                                                                                                                                                                                                       |           |
| <b>Exemple de bune practici.....</b>                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>21</b> |
| INTEGRAREA PLATFORMEI LIFELAB ÎN DEZVOLTAREA COMPETENȚELOR FINANCIARE ALE ELEVILOR – EXEMPLU DE BUNĂ PRACTICĂ<br>prof. dr. Gabriela STAFIE, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava .....                                                                                            | 31        |
| FORMAREA COMPETENȚELOR ANTREPRENORIALE ÎN ERA DIGITALĂ PRIN INTERMEDIUL FIRMEI DE EXERCİȚIU<br>prof. mentor Luminița HAGIU, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava .....                                                                                                            | 32        |
| EXEMPLE DE BUNE PRACTICI ÎN CADRUL TEMEI „BUSINESS ÎN ERA DIGITALĂ – DE LA TRADIȚIONAL LA INOVATOR. Adaptat pentru elevi – Tehnician în economie / tehnician în turism<br>prof. Paraschiva STÎNGACIU, Colegiul Silvic „Bucovina” Câmpulung Moldovenesc .....                               | 36        |
| INOVAȚIE DIDACTICĂ ÎN „BIROUL DE ÎNVĂȚARE”: GHID PRACTIC PENTRU FORMAREA COMPETENȚELOR ANTREPRENORIALE LA COLEGIUL ECONOMIC<br>prof. Emilia CIOBANU, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava .....                                                                                   | 37        |
| EDUCAȚIA FINANCIARĂ ÎN ERA DIGITALĂ: COORDONATE METODOLOGICE ȘI PRACTICE ÎN CADRUL COMPETIȚIEI EUROPENE „EUROPEAN MONEY QUIZ”<br>prof. Alina ȘOMÎTCĂ, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava.....                                                                                   | 42        |
| „GHIDAJ TURISTIC – INOVAȚIE ȘI TRADIȚIE ÎN PROMOVAREA JUDEȚULUI SUCEAVA”. Un concurs județean cu deschidere europeană pentru elevii de la domeniul Turism și alimentație<br>prof. Alexandra REINDL, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava.....                                     | 43        |
| PROIECT DIDACTIC - SISTEMUL VENITURILOR PUBLICE<br>prof. Camelia GRUȘCĂ, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava.....                                                                                                                                                                | 47        |
| COSTUL MATERIALELOR PROMOȚIONALE PENTRU FIRMA DE EXERCİȚIU<br>prof. Liliana PANAITE, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava.....                                                                                                                                                    | 49        |



# SECȚIUNEA I

## Lucrări științifice, referate metodice

---

### STRATEGII DE PROMOVARE A AFACERILOR ÎN MEDIUL ONLINE- VECTORI DE DEZVOLTARE A COMPETENȚELOR DIGITALE ÎN RÂNDUL ELEVILOR

*prof. Andreea Claudia ANDRIEȘ, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava*

În contextul economiei contemporane, sintagma „mediul de afaceri” a devenit aproape sinonimă cu prezența în spațiul virtual. Pentru companii, promovarea online nu mai reprezintă doar un canal alternativ de publicitate, ci însăși inima strategiei de branding și vânzări. Clienții își încep, își derulează și adesea își finalizează deciziile de achiziție pe internet.

Pentru liceele cu profile din domeniul economic, comerț sau turism și alimentație, această realitate impune o restructurare a modului în care abordăm instruirea elevilor. Lucrarea de față își propune să analizeze pârgurile prin care promovarea online a afacerilor poate deveni o temă centrală de studiu aplicat, dezvoltând gândirea strategică și abilitățile practice ale viitorilor absolvenți.

Promovarea eficientă a unei afaceri în mediul online implică un mix complex de instrumente digitale pe care elevii trebuie să le înțeleagă din punct de vedere conceptual și operațional. În primul rând, construirea unei identități digitale solide pornește de la un web design de calitate, site-ul web al unei companii reprezentând adevărata sa carte de vizită electronică, de aceea, elevii trebuie să înțeleagă conceptele de bază legate de experiența utilizatorului și de adaptabilitatea paginilor pe dispozitivele mobile. În strânsă legătură cu această prezență online, optimizarea pentru motoarele de căutare devine esențială, deoarece înțelegerea modului în care funcționează algoritmiile le permite viitorilor antreprenori să își structureze conținutul astfel încât afacerea lor să apară în mod organic în primele rezultate ale căutărilor efectuate de clienți. Mai departe, marketingul pe rețelele sociale transformă platforme precum Facebook, Instagram sau TikTok din simple medii de divertisment în canale vitale pentru interacțiunea directă, fidelizarea publicului și rularea unor campanii de publicitate targetată pe nișe specifice de consumatori. În cele din urmă, e-mail marketingul și automatizarea completează acest mix digital prin gestionarea eficientă a bazelor de date cu clienți și transmiterea de newslettere personalizate, o metodă care continuă să înregistreze una dintre cele mai mari rate de conversie în comerțul electronic actual.

Pentru ca aceste noțiuni să devină competențe reale, procesul de predare-învățare-evaluare trebuie să migreze dinspre abordarea teoretică tradițională spre metode active, centrate pe elev. În practica didactică de specialitate, s-au dovedit deosebit de eficiente următoarele strategii:

#### **a) Integrarea marketingului digital în Firma de exercițiu:**

În contextul aplicat al disciplinelor economice, firma de exercițiu oferă cadrul didactic ideal pentru simularea proceselor decizionale dintr-o organizație reală, asigurând o punte de legătură esențială între teorie și practica de afaceri. Pentru a răspunde cerințelor erei digitale, rolul acesteia trebuie extins dincolo de granițele tradiționale ale tranzacțiilor scriptice sau ale redactării de documente contabile standard. Elevii trebuie stimulați să gândească strategic și să proiecteze campanii integrate de promovare online pentru portofoliul de produse sau servicii al firmei lor virtuale. Această abordare metodologică modernă prinde contur prin activități practice complexe: elevii sunt puși în rolul de specialiști în marketing și colaborează pentru a concepe planuri editoriale de conținut adaptate specificului rețelelor sociale, stabilind calendarul postărilor, tonul comunicării și tipul de mesaj potrivit fiecărui canal digital. Mai mult, aceștia pot simula crearea unei pagini de destinație (landing page) dedicate unei campanii promoționale specifice, învățând astfel cum să structureze informația pentru a atrage atenția vizitatorilor și a-i ghida către o acțiune concretă, cum ar fi completarea unui formular sau plasarea unei comenzi virtuale. Pentru a da viață acestor concepte

fără a genera costuri financiare, elevii sunt îndrumați să utilizeze instrumente online gratuite și intuitive, de tipul platformei Canva sau al altor editoare AI, cu ajutorul cărora generează identități vizuale coerente, machete publicitare atractive și infografice explicative. Această transpunere practică nu doar că le dezvoltă abilitățile tehnice de utilizare a calculatorului, dar le stimulează creativitatea, gândirea analitică și capacitatea de a măsura impactul vizual al unei strategii de promovare în mediul online.

#### **b) Metoda proiectului: „Planul de promovare digitală a unui brand local”**

Metoda proiectului reprezintă una dintre cele mai eficiente strategii de învățare activă, oferind elevilor posibilitatea de a corela cunoștințele teoretice de marketing și economie cu realitatea economică din imediata lor apropiere. În cadrul acestei activități aplicative, elevii sunt organizați în echipe de lucru și primesc rolul de consultanți în marketing digital, având sarcina de a analiza în detaliu prezența în mediul online a unei afaceri reale din comunitatea locală, cum ar fi o pensiune turistică, o cofetărie sau un magazin de îmbrăcăminte. Demersul lor începe cu un audit digital riguros, prin care identifică punctele tari și punctele slabe ale imaginii online actuale a afacerii selectate, evaluând calitatea site-ului web, frecvența și relevanța postărilor pe rețelele de socializare, precum și recenziile sau interacțiunile cu clienții în spațiul virtual. Pe baza acestei radiografii inițiale, echipele elaborează un plan strategic complet de promovare online, adaptat specificului și obiectivelor comerciale ale brandului analizat. Elevii trebuie să argumenteze științific selecția canalelor de distribuție a mesajelor, determinând cu exactitate ce platforme sociale sunt cele mai potrivite pentru a ajunge la publicul țintă (de exemplu, utilizarea Instagram pentru impactul vizual al produselor de cofetărie sau Facebook pentru ofertele turistice ale unei pensiuni). De asemenea, planul propus de elevi include strategii de marketing prin conținut, detalieri privind tipurile de mesaje și materiale vizuale ce urmează a fi postate, precum și soluții tehnice concrete pentru optimizarea vizibilității locale, cum ar fi configurarea și actualizarea corectă a profilului de companie pe Google Maps (Google Business Profile). Implementarea acestei metode la clasă aduce beneficii educaționale multidimensionale: stimulează gândirea critică și analitică prin evaluarea unor situații economice reale, dezvoltă competențele esențiale de lucru în echipă și negociere în interiorul grupului și, nu în ultimul rând, cultivă o înțelegere profundă și pragmatică a dinamicii pieței libere și a comportamentului consumatorului în era digitală.

#### **c) Utilizarea studiilor de caz interactive:**

O altă strategie didactică cu un puternic impact formativ este utilizarea studiilor de caz interactive, axate pe dinamica promovării și comunicării în spațiul virtual. Această metodă le permite elevilor să părăsească sfera teoretică abstractă și să analizeze situații autentice din mediul de afaceri contemporan, unde succesul sau eșecul unei organizații se poate decide în doar câteva ore în mediul online. Pe de o parte, analiza unor campanii de marketing digital care au devenit „virale” le oferă elevilor modele de bune practici, ajutându-i să înțeleagă mecanismele psihologice din spatele unui conținut de succes, importanța creativității, a sincronizării perfecte cu trendurile actuale și a cunoașterii profunde a publicului țintă. Pe de altă parte, o valoare educațională deosebită o are disecarea unor studii de caz axate pe eșecuri de PR digital (public relations) sau pe campanii care au eșuat din cauza unei gestionări defectuoase a imaginii online. Gafele de comunicare pe rețelele sociale, mesajele ambigue sau insensibile și, mai ales, gestionarea greșită ori agresivă a recenziilor negative din partea clienților sunt transformate în veritabile lecții deschise. Dezbateră interactivă a acestor scenarii la clasă reprezintă un mod excelent de a-i învăța pe elevi nu doar tehnici de management al crizelor de imagine, ci și principii fundamentale de etică în afaceri și de responsabilitate socială corporativă. Elevii realizează că, în era digitală, transparența este totală, iar respectul în relația cu clienții, empatia și menținerea unui dialog constructiv în spațiul virtual nu sunt optionale, ci reprezintă activele cele mai de preț pentru sustenabilitatea și credibilitatea pe termen lung a oricărei entități economice.

Un studiu de caz cu o relevanță extrem de ridicată care poate fi aplicat la clasă este momentul de cotitură crucial în evoluția recentă a mediului de afaceri global și autohton reprezentat de pandemia de COVID-19, o criză sanitară și economică fără precedent care a acționat ca un catalizator accelerat al digitalizării. Restricțiile de mobilitate și distanțarea fizică au forțat organizațiile economice să își

reconsiderare complet canalele de distribuție și promovare pentru a asigura continuitatea activității. Companiile care anterior considerau prezența online sau comerțul electronic doar ca pe o opțiune secundară au fost nevoite să implementeze soluții digitale într-un ritm record, migrarea către platformele de e-commerce și intensificarea tehnicilor de promovare pe rețelele sociale devenind singurele pârghii de supraviețuire. Din perspectivă metodică, studierea acestui fenomen la clasă oferă elevilor un exemplu viu de reziliență economică și adaptabilitate. Pandemia a demonstrat practic că flexibilitatea digitală nu este un simplu avantaj competitiv, ci o condiție de bază a securității unei afaceri. Analizarea comportamentului de consum din acea perioadă și a modului în care brandurile au reușit să își digitalizeze serviciile (de exemplu, prin sisteme de livrare la domiciliu promovate exclusiv în mediul online sau prin consultanță virtuală) le oferă elevilor o înțelegere profundă a vulnerabilităților pieței libere și, totodată, a soluțiilor inovatoare pe care tehnologia le pune la dispoziția antreprenorilor în momente de criză majoră.

Prin corelarea economiei aplicate cu tehnologia informației, elevii dobândesc abilități complexe. Ei învață să coreleze cheltuielile de publicitate cu rezultatele obținute (analiza bugetară), își dezvoltă creativitatea prin redactarea de texte persuasive și își îmbunătățesc competențele digitale. Mai mult, această abordare răspunde direct obiectivelor europene privind educația antreprenorială și digitală, facilitând o tranziție lină a elevilor de pe băncile școlii direct în structurile active ale mediului de afaceri modern.

În concluzie, promovarea și vizibilitatea în mediul online ca piloni ai succesului comercial în era digitală reprezintă o tematică de maximă actualitate pentru mediul de afaceri contemporan. Promovarea afacerilor în mediul online nu mai este doar un capitol opțional în manualele de specialitate, ci o competență fundamentală de supraviețuire economică. Cadrele didactice din învățământul preuniversitar de profil au rolul esențial de a conecta curricula școlară cu bunele practici din economia digitală reală. Prin utilizarea metodelor de învățare activă și prin simularea unor strategii de promovare online reale, profesorul nu doar transmite cunoștințe, ci formează viitori antreprenori și specialiști capabili să aducă valoare adăugată în era digitală.

#### **Bibliografie:**

1. Albușescu, Ion; Stan, Cristian; Manea, Adriana Denisa; Glava, Cătălin, *Marketingul educațional*, Editura Polirom, Iași, 2025;
2. Capotă, Valentina; Popa, Florica; Ghinescu, Cristina, *Marketingul afacerii - manual pentru clasa a XI-a (ruta directă), clasa a XII-a (ruta progresivă)*, Editura Akademos Art, București, 2006;
3. Kotler, Philip; Kartajaya, Hermawan; Setiawan, Iwan, *Marketing 5.0. Tehnologie pentru umanitate*, Editura Brandbuilders, București, 2021;
4. Nedelea, Alexandru-Mircea, *Marketing online*, Editura Economică, București, 2022;
5. Nichifor, Eliza; Brătucu, Gabriel, *Marketingul digital. O soluție pentru dezvoltarea ecosistemului antreprenorial din România*, Editura Universitară, București, 2022;
6. Vegheș, Călin, *Marketing direct*, Editura Uranus, București, 2003;
7. \*\*\* Cadrul European al Competențelor Digitale pentru Cetățeni (DigComp 2.2), Comisia Europeană, 2022;
8. Centrul Național de Dezvoltare a Învățământului Profesional și Tehnic, <http://www.tvet.ro>.

---

## **ADMINISTRAȚIA PUBLICĂ LOCALĂ ÎN ERA DIGITALĂ**

**prof. Anca-Cecilia AXENTIOI, Colegiul „Alexandru cel Bun” Gura Humorului**

În ultimul deceniu, digitalizarea a încetat să mai fie o opțiune, devenind o condiție de supraviețuire. Trecerea de la economia tradițională la cea digitală a rescris regulile jocului: modul în care companiile interacționează cu clienții, procesele interne de lucru și structura piețelor s-au

schimbat fundamental. Pentru un **Tehnician în administrație**, înțelegerea acestui ecosistem este vitală, deoarece birocrăția clasică este înlocuită rapid de fluxuri de lucru automatizate.

Transformarea digitală nu înseamnă doar scanarea unor documente, ci o schimbare de paradigmă bazată pe patru piloni principali:

1. **Cloud Computing:** permite accesul la date de oriunde, facilitând telemunca și colaborarea în timp real între departamente.

2. **Big data și analiza datelor:** companiile nu mai iau decizii bazate pe intuiție, ci pe date concrete colectate din comportamentul consumatorilor.

3. **Inteligența artificială (IA) și automatizarea:** Task-urile repetitive (introducerea de date, facturare) sunt preluate de algoritmi, eliberând resursa umană pentru activități creative sau de strategie.

4. **Internet of Things (IoT):** conectarea echipamentelor permite o monitorizare mult mai strictă a stocurilor și a logisticii.

În era digitală, administrația unei afaceri devine mult mai agilă. Implementarea sistemelor de tip **ERP (Enterprise Resource Planning)** permite integrarea tuturor funcțiilor firmei — de la resurse umane și contabilitate, până la vânzări — într-o singură bază de date. **Digitalizarea departamentului administrativ.**

Administrația unei firme moderne nu mai este un centru de cost pasiv, ci un centru de eficiență.

- **E-Government și E-Administration:** Relația cu statul (ANAF, ITM, ONRC) s-a mutat în spațiul virtual, necesitând competențe în utilizarea semnăturii electronice și a platformelor de raportare.

- **Sisteme ERP (Enterprise Resource Planning):** Acestea integrează contabilitatea, resursele umane și vânzările într-o singură bază de date, oferind o "singură sursă de adevăr".

- **E-guvernarea și relația cu statul:** firmele moderne interacționează cu autoritățile prin platforme digitale (depuneri de declarații online, semnătură electronică), ceea ce reduce costurile operaționale și timpul de așteptare.

- **Comunicarea internă:** Platformele precum Slack, Microsoft Teams sau Trello au înlocuit ședințele lungi și lanțurile interminabile de e-mailuri, crescând eficiența echipelor.

Era digitală a dat naștere unor modele de business care nu ar fi putut exista în economia clasică:

- **Economia de tip platformă (Gig Economy):** Modele precum Uber, Airbnb sau platformele de freelancing care conectează cererea cu oferta în milisecunde.

- **Direct-to-Consumer (D2C):** Brandurile nu mai au nevoie de intermediari (magazine fizice), ci vând direct prin rețelele sociale și site-uri proprii.

- **Modelul bazat pe abonament:** De la software (SaaS) la bunuri de larg consum, digitalizarea permite monitorizarea constantă a clienților și fidelizarea acestora prin plăți recurente.

În ciuda avantajelor, mediul digital aduce riscuri semnificative:

1. **Securitatea cibernetică:** Protecția datelor sensibile ale clienților și a secretelor comerciale este prioritatea zero. Un atac cibernetic poate ruina reputația unei companii în câteva ore.

2. **Protecția datelor (GDPR):** Reglementările stricte privind confidențialitatea impun costuri de conformare ridicate și o responsabilitate sporită pentru personalul administrativ.

3. **Deficitul de competențe digitale:** Tehnologia avansează mai repede decât sistemul educațional, creând un decalaj între cererea pieței și pregătirea forței de muncă.

Informația este "petrolul" erei digitale, dar și cea mai mare vulnerabilitate. Scurgerile de date (data breaches) atrag sancțiuni enorme și pierderea încrederii publicului. Tehnicianul în administrație devine un gardian al confidențialității, fiind responsabil de implementarea politicilor de securitate.

Absolventul specializării de administrație nu mai este un simplu arhivar. El devine un **manager de fluxuri de informații**. Competențele sale trebuie să includă acum:

- Gestionarea bazelor de date.



- Utilizarea semnăturii digitale și a platformelor de e-learning.
- Capacitatea de a filtra informația relevantă dintr-un volum imens de date (digital literacy).

Mediul de afaceri digitalizat oferă oportunități de scalare fără precedent, dar cere o adaptabilitate continuă. Succesul unei organizații depinde astăzi de capacitatea sa de a integra tehnologia în cultura organizațională, nu doar în infrastructură. Viitorul aparține celor care pot îmbina rigoarea administrativă cu agilitatea digitală. Ne îndreptăm spre o economie bazată pe IA, unde munca administrativă va deveni una de supraveghere a sistemelor autonome, iar capacitatea de a interpreta datele va fi mai valoroasă decât simpla lor colectare.

### **Bibliografie:**

1. Schwab, K. - *A Patra Revoluție Industrială*.
2. *Rapoartele Comisiei Europene privind Indicele Economiei și Societății Digitale (DESI)*.
3. *Codul de etică și bune practici în comerțul electronic*.
4. *Strategia Națională privind Agenda Digitală pentru România*
5. *Manualul de Economie și Administrarea Afacerilor*, Ediția actualizată 2024

---

## **INOVAȚIA LA UN CLICK DISTANȚĂ ... REDEFINIREA MEDIULUI DE AFACERI ÎN CONTEXTUL DIGITALIZĂRII**

*prof. Lăcrămioara Măriuca ȘUHANI, Colegiul Silvic „Bucovina” Câmpulung Moldovenesc*

### **Preambul**

Această lucrare explorează metamorfoza mediului de afaceri contemporan sub presiunea digitalizării accelerate. „Inovația la un click distanță” nu reprezintă doar un slogan, ci realitatea operativă a secolului XXI, unde viteza de adaptare tehnologică devine principalul și, poate, singurul, avantaj competitiv. Lucrarea analizează pilonii transformării digitale, provocările culturale și importanța adoptării unei mentalități digitale pentru sustenabilitatea organizațiilor pe termen lung.

### **Mediul de afaceri – elemente definitorii**

Mediul de afaceri reprezintă cadrul în care își desfășoară activitatea orice organizație, fiind alcătuit din ansamblul factorilor interni și externi care influențează evoluția acesteia. Acesta include atât elemente pe care organizația le poate controla (elemente precum resursele umane, managementul, cultura organizațională, dar și resursele financiare și materiale), cât și factori externi asupra cărora organizația are o influență limitată, cum ar fi economia, legislația sau concurența.

Mediul de afaceri actual se distinge prin câteva trăsături fundamentale, accentuate de progresul tehnologic din toate domeniile. Printre principalele caracteristici ale mediului de afaceri reprezentative sunt **dinamismul** - dictat de schimbările apărute cu o viteză uluitoare, **complexitatea** acestuia, complexitate dictată de interdependența dintre principalii factori implicați, dar și **competitivitatea** ridicată la standard internațional - liberalizarea piețelor, globalizarea etc. au făcut ca "luptele" să se ducă la un nivel foarte înalt. Se adaugă **incertitudinea** mediului de afaceri, prognozele pe termen lung sunt, astăzi, dificil de realizat datorită evoluției rapide a algoritmilor, a schimbărilor care se succed într-un ritm extrem de rapid. Un alt aspect deloc de neglijat este **orientarea spre client**, client care are, astăzi, datorită digitalizării, posibilitatea de a se informa în timp real, de a căuta alternative la propriile probleme/nevoi, de a analiza reacțiile celor din jur etc.

### **Mediul de afaceri ... de la tradițional la modern**

Dacă vorbim de digitalizare în mediul de afaceri, se poate afirma că aceasta nu a apărut brusc, ci este rezultatul unei evoluții treptate, strâns legată de dezvoltarea tehnologiilor. Pașii au fost mici, dar siguri, toți ducând în aceeași direcție - digitalizare la cote cât mai înalte.

Un prim pas făcut în această direcție a constat în utilizarea calculatoarelor în contextul unor activități precum ținerea evidenței contabile sau gestionarea bazelor de date, scanarea documentelor etc. În această etapă, s-a făcut trecerea de la dosare și arhive fizice la baze de date și documente electronice, facilitându-se astfel accesul rapid la informație și reducându-se birocrăția.

Odată ce datele sunt digitale, a urmat optimizarea proceselor prin sisteme integrate, precum ERP (Enterprise Resource Planning), pas care permite conectarea departamentelor și asigurarea unui flux de lucru coerent, eliminându-se insulele de informații care determină neconcordanțe între departamentele unei organizații. De asemenea, ERP-urile permit raportarea datelor în timp real, procesul de muncă fiind unu eficient, fără pierderi de date, date incomplete sau diferențe apărute de la un departament la altul. Datorită importanței și utilității lor, sistemele ERP pot fi considerate la ora actuală vitale pentru administrarea afacerilor de toate dimensiunile, din toate domeniile de activitate. Investiția în tehnologia ERP reprezintă un pas strategic către modernizarea și eficientizarea operațiunilor de business.

Odată început procesul de automatizare, apariția internetului în anii '90 a contribuit la extinderea activităților, la dezvoltarea comerțului electronic, firmele descoperind noi modalități de comunicare, promovare și vânzare, iar afacerile depășind limitele fizice. Prin crearea unei prezențe online solide și a canalelor de vânzare digitală, companiile reușesc să interacționeze direct cu clienții globali, 24 de ore din 24, 7 zile din 7.

Adoptarea tehnologiilor Cloud, considerate, la ora actuală, tehnologii cheie în digitalizare, a reprezentat pentru mediul de afaceri un pas crucial care a oferit flexibilitate și mobilitate. Cloud-ul permite angajaților să colaboreze de oriunde, asigurând în același timp o infrastructură scalabilă fără investiții masive în hardware propriu. Un alt avantaj major oferit de tehnologiile Cloud este reprezentat de securitatea și backup-ul datelor care sunt asigurate de furnizorii de servicii Cloud, ceea ce reduce impactul pierderii de date și a întreruperilor în activitatea de afaceri.

Apogeul digitalizării, respectiv transformarea digitală profundă apare în contextul în care tehnologiile avansate precum Inteligența Artificială și Big Data devin motorul decizional în sfera economică. În această fază, afacerea nu doar folosește unelte digitale, ci își recalibrează întregul model de business pentru a anticipa nevoile pieței (nevoi mereu în schimbare) prin analiză predictivă și automatizare inteligentă. În acest context, digitalizarea transformă tehnologia dintr-un simplu instrument de suport într-un avantaj competitiv strategic. Astfel, nu se înlocuiește doar munca manuală, ci se preiau sarcini cognitive complexe, permițând angajaților să se concentreze pe creativitate și strategie, calități realmente necesare astăzi.

### **Digitalizarea mediului de afaceri – avantaj competitiv pentru firme sau drum fără întoarcere**

Rolul inovației în menținerea competitivității este esențial în era digitală. Companiile care investesc în inovație pot dezvolta produse și servicii diferite, care să îndeplinească nevoile în continuă schimbare ale clienților. De asemenea, inovația poate permite o eficiență sporită în operațiunile de afaceri, reducând costurile și oferind un avantaj competitiv. Prin urmare, inovația devine un pilon al competitivității în afaceri, oferind companiilor o poziție puternică pe piață și în fața concurenței, facilitând succesul și oferind un real avantaj competitiv.

Concluzionând, impactul digitalizării în domeniul afacerilor este unul profund, schimbând în mod fundamental modalitățile în care companiile acționează, concurează și interacționează cu clienții, digitalizarea generând o serie de provocări și oportunități semnificative pentru fiecare organizație, fiind astăzi o condiție esențială de supraviețuire.

În viitor, afacerile vor trebui să continue să se adapteze schimbărilor tehnologice, să investească în securitatea cibernetică și să-și revizuiască strategiile pentru a rămâne competitive și relevante într-o lume digitală în continuă evoluție, într-o societate în care clienții au "lumea" ... la un click distanță.

Succesul este astăzi dictat de modul în care organizațiile îmbina eficient capitalul uman cu inovația tehnologică, transformând provocările schimbării în oportunități de creștere sustenabilă într-un mediu global aflat într-o continuă reconfigurare.

„Inovația la un click distanță” ne oferă instrumentele necesare pentru a democratiza succesul antreprenorial, însă decizia de a folosi aceste instrumente pentru a inova – și nu doar pentru a copia modelele existente – va rămâne întotdeauna responsabilitatea umană. Viitorul afacerilor aparține celor care înțeleg că tehnologia este catalizatorul, dar oamenii sunt motorul inovației în orice domeniu.

#### **Bibliografie:**

1. Bucea–Manea-Toniș R., Lianu, C., Bucea–Manea-Toniș R., Dobre, S.C., Lianu, C., Inovare și digitalizare din perspectiva managerială, Editura Economică, București, 2020
2. Ph. Kotler, Managementul Marketingului, Editura Teora, București, 1997

#### **Surse online consultate:**

<https://aithor.com/>

<https://www.gts.ro/>

<https://www.pwc.ro/ro>

---

## **„BUSINESS ÎN ERA DIGITALĂ: DE LA TRADIȚIONAL LA INOVATOR”**

**Adaptat pentru elevi – Tehnician în economie / tehnician în turism**

**prof. Paraschiva STÎNGACIU, Colegiul Silvic „Bucovina” Câmpulung Moldovenesc**

Motto: „În economia modernă, nu cei mari îi înving pe cei mici, ci cei rapizi îi înving pe cei lenți.”

#### **Argument**

Transformarea digitală a devenit o realitate esențială a economiei contemporane, influențând profund modul în care funcționează afacerile. Dezvoltarea tehnologiilor digitale, a internetului și a platformelor online a determinat trecerea de la un model tradițional de business, bazat pe interacțiune directă și prezență fizică, la unul inovator, caracterizat prin rapiditate, accesibilitate și globalizare.

#### **Introducere**

Tranziția de la business-ul tradițional la cel digital a devenit esențială în economie și turism. Afacerile de astăzi nu mai depind doar de vânzările fizice, ci și de prezența online, de modul în care folosesc tehnologia și de cât de inovative sunt. Pentru elevii de liceu care se pregătesc pentru cariere în economie sau turism, este important să înțeleagă că digitalizarea nu este doar despre calculatoare sau internet, ci despre **modul în care produsele și serviciile ajung mai rapid și mai eficient la clienți.**

**Exemplu:** Un hotel tradițional poate să folosească aplicații online pentru rezervări, să ofere tururi virtuale ale camerelor sau să personalizeze experiența oaspeților cu ajutorul datelor digitale.

*Afacerile tradiționale vs. afacerile digitale*

#### **Business tradițional**

- Vânzări directe, față în față.
- Documente pe hârtie și procese manuale.
- Reclama limitată la ziare, radio sau afișe.
- Decizii luate de manageri, fără date exacte despre clienți.

#### **Business digital**

- Vânzări online și marketing pe rețele sociale.
- Rezervări și plăți automatizate.
- Analiza datelor pentru a înțelege preferințele clienților.
- Posibilitatea de a ajunge la clienți din toată lumea.

#### **Exemplu în turism:**

Un agent de turism care vinde pachete tradiționale poate ajunge la mai mulți clienți prin platforme online precum **Booking.com** sau **Airbnb**, unde utilizatorii pot citi recenzii, pot compara prețuri și pot face rezervări instantaneu.

### **Exemplu în economie:**

Un magazin local care vinde produse alimentare poate folosi o aplicație de livrare și social media pentru a atrage clienți și a crește vânzările fără costuri mari de publicitate tradițională.

### *Tehnologii inovative în economie și turism*

#### **Aplicații și platforme online**

- **Rezervări și vânzări digitale:** Expedia, Booking.com, Uber Eats.
- **Sisteme de gestiune economică:** contabilitate și facturare digitală (ex: SmartBill, SAGA).

#### **Inteligența artificială (AI)**

- Recomandări personalizate pentru clienți: restaurante sau hoteluri pot oferi sugestii în funcție de preferințe.
- Chatbot-uri pentru răspuns rapid la întrebări sau rezervări online.

**Exemplu:** Un hotel poate folosi AI pentru a sugera excursii sau meniuri personalizate oaspeților, pe baza preferințelor anterioare.

#### **Realitatea augmentată (AR) și tururile virtuale**

- Permite clienților să exploreze camere de hotel sau destinații turistice înainte de a face rezervarea.
- Crește încrederea și reduce riscul de nemulțumire.

**Exemplu:** Muzee sau hoteluri folosesc aplicații AR care arată obiectivele turistice sau camerele disponibile în 3D.

#### **Marketing digital și social media**

- Facebook, Instagram, TikTok pentru promovare rapidă și acces la public tânăr.
- Campanii online cu recenzii și oferte speciale.

**Exemplu:** O pensiune din România poate posta videoclipuri cu experiențe autentice ale turiștilor, atrăgând mai mulți clienți decât prin reclame tradiționale.

### *Provocări și soluții pentru tinerii în economie și turism*

#### **Provocări**

- Adaptarea rapidă la noile tehnologii.
- Riscuri cibernetice: fraude, atacuri online.
- Concurența mare pe platformele digitale.

#### **Soluții inovative**

- Participarea la cursuri și workshop-uri de digital marketing sau software economic.
- Crearea de conținut atractiv online: fotografii, videoclipuri, recenzii.
- Colaborarea cu alte afaceri digitale pentru pachete integrate.

**Exemplu:** O agenție de turism poate colabora cu un restaurant și o pensiune pentru a oferi un pachet complet „all-inclusive” rezervabil online, cu promoții pentru elevi sau studenți.

### *Viitorul business-ului digital pentru economie și turism*

1. **Experiențe personalizate pentru client:** algoritmi care recomandă exact ce are nevoie clientul.
2. **Integrarea tehnologiilor mobile:** aplicații care permit rezervări instant și feedback rapid.
3. **Sustenabilitate digitală:** companiile care folosesc tehnologia pentru reducerea deșeurilor și energie câștigă mai multă încredere.

**Exemplu:** Startup-uri în turism folosesc aplicații pentru a arăta turiștilor rute eco-friendly sau opțiuni locale, promovând turismul sustenabil.

#### **Concluzii**

Pentru elevii de liceu pregătiți pentru cariere în economie sau turism, digitalizarea reprezintă o **oportunitate imensă** de a crea afaceri inovative, rapide și adaptate clienților. Tranziția de la business-ul tradițional la cel digital nu înseamnă doar folosirea tehnologiei, ci și **creativitate, flexibilitate și gândire orientată spre client**. Tranziția de la business-ul tradițional la cel digital nu este doar un fenomen global, ci o oportunitate directă pentru elevii de liceu să înțeleagă cum funcționează economia și turismul în secolul XXI. Această transformare le oferă tinerilor:

1. **Dezvoltarea competențelor digitale:** Elevii care învață să utilizeze aplicații de gestiune

economică, platforme de rezervări online sau instrumente de marketing digital dobândesc abilități practice imediat aplicabile în piața muncii. De exemplu, cunoașterea programelor de contabilitate sau a sistemelor de rezervări hoteliere poate să-i facă mai atractivi pentru angajatori încă din timpul liceului.

2. **Gândire inovativă și adaptabilitate:** Business-ul digital cere idei noi și soluții rapide. Elevii care înțeleg cum funcționează modelele digitale (ex: abonamente, e-commerce, turism online) dezvoltă capacitatea de a identifica probleme și de a propune soluții creative, o competență esențială pentru viitor.

3. **Conștientizarea importanței clientului:** Digitalizarea pune consumatorul în centrul deciziilor. Elevii învață să anticipeze nevoile clienților, să personalizeze servicii și să folosească date pentru a lua decizii informate. Acest lucru îi ajută să înțeleagă că succesul în afaceri nu depinde doar de produs, ci și de experiența clientului.

4. **Pregătirea pentru cariere viitoare:** Indiferent dacă vor lucra în contabilitate, comerț sau turism, tinerii vor întâlni tehnologii digitale în fiecare domeniu. Cei care stăpânesc instrumentele digitale și înțeleg tendințele inovative vor fi mai competitivi pe piața muncii.

În concluzie, pentru elevii de liceu, tema „Business în era digitală: de la tradițional la inovator” nu este doar teoretică. Ea arată **cum pot deveni profesioniști adaptabili, inovativi și conectați la realitățile economiei moderne și turismului digital**. Înțelegerea acestei tranziții îi ajută să fie pregătiți să gestioneze tehnologii emergente, să inoveze în mod responsabil și să construiască afaceri eficiente și atractive pentru viitor.

### **Bibliografie**

#### **Manuale și cărți:**

1. **Tehnologia turismului**, manual pentru clasele XI-XII, Editura Didactică și Pedagogică, 2020.
2. **Contabilitate generală**, manual pentru clasa a X-a, Editura Oscar Print, 2019.
3. **Economie și gestiune în turism**, Gabriela Stănciulescu, Olimpia State, Editura Universitară, 2018.
4. **Digital Business and E-Commerce**, Dave Chaffey, Pearson, 2020.

#### **Reviste și jurnale:**

5. *Journal of Sustainable Tourism* – articole despre turism și dezvoltare durabilă.
6. *Tourism Management* – articole despre strategii moderne în turism și afaceri.

#### **Site-uri utile:**

7. [Booking.com](https://www.booking.com) – platformă de rezervări turistice și studiu de caz.
8. [UNWTO – Tourism Publications](https://www.unwto.org) – rapoarte și statistici despre turism global.
9. [LibGuides World Bank – Tourism](https://www.libguides.com/worldbank/tourism) – resurse și articole despre turism și economie.
10. [EconBiz](https://www.econbiz.org) – articole și lucrări despre economie și afaceri digitale.

---

## **MEDIUL DE AFACERI ÎN ERA DIGITALĂ. STUDIU APLICATIV: MODERNIZAREA FIRMEI DE EXERCİȚIU**

*prof. mentor Luminița HAGIU, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava*

*Prezenta lucrare analizează impactul transformării digitale asupra mediului de afaceri contemporan și propune o metodologie aplicată de integrare a acestor schimbări în procesul de predare-învățare-evaluare din liceele economice. Punctul central al studiului îl reprezintă adaptarea metodei active „Firma de Exercițiu” la realitățile economiei digitale. Prin dematerializarea proceselor de business și utilizarea unor instrumente software accesibile la clasă, elevii își dezvoltă competențe antreprenoriale și digitale cheie, devenind competitivi pe o piață a muncii în continuă evoluție.*

**Cuvinte-cheie:** *Firma de Exercițiu, economie digitală, instrumente colaborative, competențe antreprenoriale, învățare activă.*

### **Noua paradigmă a economiei globale**



Tranziția de la economia industrială la economia bazată pe cunoaștere și date a rescris regulile jocului în mediul antreprenorial global. Astăzi, valoarea de piață a marilor corporații nu mai este determinată primordial de activele fizice (clădiri, utilaje), ci de activele intangibile: datele utilizatorilor, algoritmi de analiză, proprietatea intelectuală și infrastructura software.

Digitalizarea nu reprezintă doar simpla utilizare a computerului în activitățile de birou, ci o restructurare profundă a modului în care organizațiile își creează modelele de afaceri, comunică cu clienții și își optimizează procesele interne. Concepte precum *Cloud Computing*, *Fintech* sau *Big Data* au trecut de la stadiul de tendințe tehnologice la cel de realități operaționale zilnice în orice IMM (Întreprindere Mică și Mijlocie).

### **Necesitatea adaptării curriculare în liceele cu profil economic**

În fața acestei realități, învățământul profesional și tehnic cu profil economic se confruntă cu o provocare majoră: evitarea decalajului dintre teoria predată la clasă și realitatea din companii. Elevii noștri nu mai pot fi pregătiți utilizând exclusiv modele administrative rigide sau contabilitate manuală pe hârtie.

Pentru a deveni absolvenți inserabili pe piața muncii, aceștia trebuie să își dezvolte de timpuriu o mentalitate digitală (*digital mindset*). De aceea, catedra de discipline economice are datoria de a identifica și implementa strategii didactice interactive care să reflecte fidel dinamica mediului digital de afaceri.

### **Valențele pedagogice ale Firmei de Exercițiu**

Metoda Firmei de Exercițiu (FE) este recunoscută la nivel european ca una dintre cele mai eficiente metode de învățare activă (*learning by doing*). Ea simulează procesele dintr-o companie reală, oferind elevilor posibilitatea de a experimenta rolurile de manager, contabil, agent de marketing sau referent de resurse umane.

Cu toate acestea, pentru ca această metodă să își păstreze atractivitatea și relevanța, ea trebuie actualizată constant. Trecerea de la formatul fizic (dosare voluminoase, cataloage printate, documente justificative completate de mână) la formatul digital (documente în Cloud, cataloage virtuale, fluxuri automatizate) aduce o serie de beneficii majore atât pentru elevi, cât și pentru cadrele didactice:

- **Accesibilitate crescută:** Permite lucrul colaborativ la distanță (coordonarea activității din afara orelor de curs).
- **Eficiențizarea timpului:** Elevii alocă mai puțin timp birocrăției redundante și mai mult timp strategiei de afaceri și analizei financiare.
- **Dezvoltarea abilităților transversale:** Utilizarea aplicațiilor de productivitate utilizate în mod real în companii.

Pentru a implementa practic această modernizare la nivelul clasei, am restructurat fluxurile de lucru ale firmelor de exercițiu active pe patru departamente cheie. Fiecare departament utilizează instrumente software gratuite, accesibile de pe telefoane sau laptopuri.

### **Departamentul Management și Secretariat**

- **Obiectiv:** Coordonarea eficientă a echipei și urmărirea obiectivelor.
- **Soluție aplicată:** Utilizarea platformei de management al proiectelor **Trello** (bazată pe metodologia Kanban). Directorul general creează un spațiu de lucru comun unde fiecare sarcină este reprezentată printr-un card electronic distribuit pe coloane: *De realizat*, *În lucru*, *Verificare profesor* și *Finalizat*. Acest instrument elimină confuziile legate de responsabilități și permite profesorului coordonator să evalueze activitatea fiecărui elev în timp real.

### **Departamentul Marketing și Vânzări**

- **Obiectiv:** Crearea identității vizuale, promovarea produselor/serviciilor și atragerea de clienți.
- **Soluție aplicată:** În loc de pliante imprimate care generau costuri și risipă de hârtie, departamentul de marketing folosește platforma **Canva** pentru realizarea logo-ului, a brandbook-ului și a materialelor promoționale.

Catalogul de produse este publicat direct pe un site web interactiv realizat gratuit în platforme precum **Wix** sau **Canva Websites**. La târgurile sau prezentările din cadrul școlii, elevii plasează un stand minimalist dotat exclusiv cu un **Cod QR**. Vizitatorii scanează codul cu telefoanele mobile și sunt redirecționați instantaneu către magazinul virtual al firmei de exercițiu.

### Departamentul Finanțe-Contabilitate

- **Obiectiv:** Gestiunea resurselor financiare, calculul costurilor și facturarea.
- **Soluție aplicată:** Toate tranzacțiile și fluxurile financiare sunt gestionate prin fișiere colaborative în **Google Sheets**. Elevii realizează formule matematice complexe pentru:
  - Calcularea pragului de rentabilitate;
  - Întocmirea statelor de plată;
  - Analiza fluxului de numerar (*Cash Flow*).

Pentru a reflecta reglementările actuale din România (sistemul RO e-Factura), facturile sunt emise exclusiv în format electronic securizat (PDF) și transmise pe e-mailul clienților (alte firme de exercițiu din clasă sau din școală), renunțându-se complet la facturierele fizice.

### Departamentul Resurse Umane (HR)

- **Obiectiv:** Recrutarea, selecția și evaluarea personalului din cadrul FE.
- **Soluție aplicată:** Procesul de angajare în firmă este complet digitalizat. Departamentul HR creează un formular de aplicație în **Google Forms** pentru posturile libere din organigramă. Elevii candidați își redactează CV-ul în format Europass digital sau folosesc template-uri moderne de prezentare în Canva și le încarcă direct în formular.

Interviurile de angajare sunt organizate hibrid (fizic sau prin platforme video de tip Zoom / Teams), oferind elevilor exercițiul extrem de util al unei prezentări profesionale în mediul online.

### Evaluarea rezultatelor și impactul educațional

Aplicarea acestor instrumente digitale în cadrul firmelor de exercițiu de la clasele noastre a demonstrat o serie de indicatori de performanță educațională net superiori modelului clasic:

| Indicator Urmărit              | Modelul Tradițional (Fizic)                                 | Modelul Modern (Digital)                                       | Impact în Învățare           |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|------------------------------|
| Gradul de implicare a elevilor | Mediu (lucrurile tindeau să se concentreze la câțiva elevi) | Ridicat (fiecare elev are un rol clar definit în Trello/Drive) | Responsabilizare individuală |
| Utilizarea timpului la ore     | 40% birocrație manuală, 60% analiză                         | 10% operare digitală automată, 90% analiză de business         | Dezvoltarea gândirii critice |
| Colaborarea                    | Limitată la spațiul fizic al clasei                         | Extinsă în Cloud (sincronă și asincronă)                       | Abilități de lucru în echipă |

### Concluzii

Modernizarea Firmei de Exercițiu prin prisma digitalizării nu reprezintă o opțiune, ci o necesitate pedagogică stringentă. Prin transpunerea conceptelor specifice erei digitale direct în activitatea departamentelor școlare, elevii nu doar că asimilează concepte teoretice aride, ci le internalizează prin practică directă.

Această abordare crește exponențial atractivitatea disciplinelor economice, transformând sala de clasă dintr-un spațiu de transmitere pasivă a informațiilor într-un adevărat laborator antreprenorial digital. Astfel, absolvenții noștri părăsesc băncile liceului echipați cu abilitățile reale solicitate de angajatorii de top din noul mediu de afaceri global.

### Bibliografie

1. Centrul Național de Dezvoltare a Învățământului Profesional și Tehnic (CNDIPT) – *Ghidul metodologic pentru aplicarea metodei Firmei de Exercițiu în învățământul secundar superior*, ROCT (Centrala Firmelor de Exercițiu), București.
2. Felea, M., Felea, L. (2020) – *Economia digitală și transformarea modelelor de afaceri*, Editura Economică, București.
3. Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2017) – *Marketing 4.0. Trecerea de la tradițional la digital*, Editura Publica, București.
4. Miron, S., Tănăsescu, G. (2018) – *Metode active în educația economică preuniversitară. Studiul de caz și firma de exercițiu*, Editura Didactică și Pedagogică, București.

5. Pânișoară, Ion-Ovidiu (2015) – *Profesorul de succes. 59 de principii de pedagogie practică*, Editura Polirom, Iași.
6. ROCT (Centrala Firmelor de Exercițiu din România) – Platforma oficială de înregistrare și raportare: [www.roct.ro](http://www.roct.ro) (accesat iulie 2026).

---

## REVOLUȚIA DIGITALĂ ȘI REDEFINIREA MEDIULUI DE AFACERI: DE LA SUPRAVIEȚUIRE LA PERFORMANȚĂ

*prof. dr. Gabriela STAFIE, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava*

Noua economie, cunoscută drept economia digitală, un rezultat al interacțiunii dintre calculator, electronică, internet și telecomunicații, se diferențiază printr-o serie de caracteristici total diferite de economia tradițională. În primul rând, se impune crearea unui model de afaceri bazat pe internet, spre exemplu e-business, e-commerce, ebanking, care modifică semnificativ performanța acestora, în sensul diminuării costurilor, inclusiv a celor tranzacționale. În ultima perioadă, comerțul electronic a câștigat locul de cel mai eficient mod de desfășurare a afacerilor, la care se adaugă și proiectarea unor piețe bazate pe cunoștințe științifice, stimulate de ritmul accelerat al evoluției sectorului de cercetare-dezvoltare.

Pandemia provocată de COVID-19 a produs schimbări radicale a rolului jucat de digitalizare în societate și în economia mondială și a modului de percepere a digitalizării. În prezent, tehnologiile digitale sunt indispensabile atât în activitățile zilnice, precum socializare, divertisment, cumpărături, sănătate, cultură, cât și în activitatea profesională. „Digitalizarea poate deveni un vector decisiv al drepturilor și al libertăților, permițându-le oamenilor să depășească anumite limite teritoriale, poziții sociale sau limite legate de apartenența la o comunitate și deschizându-le noi posibilități de a învăța, de a se distra, de a lucra, de a explora și de a-și îndeplini obiectivele ambițioase”. De asemenea, pandemia ne-a arătat că inovarea disruptivă joacă un rol semnificativ în societate datorită accentuării vulnerabilității spațiului personal digital și a dependenței de tehnologiile digitale. Astfel, se dezvoltă o societate în care distanța geografică nu va mai fi importantă, deoarece oamenii, cu ajutorul internetului, vor avea posibilitatea de a lucra, studia, interacționa cu instituțiile administrațiilor publice, a-și gestiona finanțele și plățile, a utiliza sistemele de sănătate și orice alte activități necesare unui trai prosper.

În contextul economic actual, companiile sunt nevoite să reziste transformărilor semnificative din toate domeniile de activitate. Factorii semnificativi sub influența cărora au avut loc aceste transformări sunt progresul tehnologic, digitalizarea și actuala criză economico-financiară. Informatizarea a determinat apariția mediului de activitate online, care galopează procesul de globalizare prin interconectarea statelor de pe continente diferite și facilitarea tranzacțiilor economico-financiare între acestea. Actuala criză economico-financiară impune schimbări majore atât structurale, cât și conceptuale pentru ca societatea să se poată dezvolta din nou. Astfel, în anul 2013 Faye Chua, director de cercetare și prognozare ACCA, a precizat: „Nu există îndoieli că IT-ul este omniprezentă în economie; este o problemă centrală, care domină discuțiile strategice pe termen scurt, mediu și lung în toate companiile. Cele mai bune companii au radarele tehnologice pornite în permanență, căutând și evaluând tehnologiile noi și în curs de dezvoltare care pot avea valoare competitivă. Însăși noțiunea de natură umană presupune îmbunătățirea continuă a proceselor și a eficienței, iar tehnologia a dovedit că este capabilă să realizeze aceste deziderate.” Progresul tehnologic ocupă un rol semnificativ în crearea de bogăție, de îmbunătățire a calității vieții, cu un impact pozitiv asupra creșterii economice.

Ultimele decenii au fost marcate de transformări economice și tehnologice fără precedent, generate de convergența dintre digitalizare, globalizare și dezvoltarea accelerată a tehnologiilor informaționale. În literatura economică și managerială contemporană, transformarea digitală este considerată unul dintre principalii factori care influențează competitivitatea organizațiilor, modificând fundamental modul de creare, livrare și captare a valorii economice.<sup>1</sup> Spre deosebire de

etapele anterioare ale informatizării, în care tehnologia avea un rol predominant operațional, transformarea digitală presupune restructurarea modelelor de afaceri, redefinirea relațiilor dintre organizații și părțile interesate și dezvoltarea unor noi mecanisme de guvernare bazate pe utilizarea intensivă a datelor.

Economia contemporană este caracterizată de trecerea de la paradigma industrială la paradigma digitală, în cadrul căreia informația și cunoașterea reprezintă principalele resurse strategice. În acest context, datele au dobândit statutul de activ economic esențial, fiind considerate de numeroși autori drept „noua resursă strategică” a organizațiilor, comparabilă cu rolul pe care petrolul l-a avut în economia industrială a secolului al XX-lea.<sup>2</sup> Capacitatea întreprinderilor de a colecta, procesa și valorifica volume mari de date (Big Data) influențează în mod direct eficiența operațională, fundamentarea deciziilor manageriale și dezvoltarea avantajelor competitive sustenabile.

Transformarea digitală trebuie înțeleasă ca un proces sistemic și multidimensional, care depășește simpla adoptare a unor tehnologii informatice. Verhoef și colaboratorii definesc transformarea digitală ca fiind procesul prin care organizațiile utilizează tehnologiile digitale pentru a modifica structurile organizaționale, procesele interne, relațiile cu clienții și modelele de afaceri, cu scopul creării unei valori economice superioare.<sup>3</sup> În aceeași direcție, Vial apreciază că transformarea digitală reprezintă un fenomen organizațional complex, determinat de interacțiunea dintre progresul tehnologic, schimbările instituționale și dinamica mediului concurențial, având drept rezultat dezvoltarea unor noi capacități organizaționale și apariția unor modele inovatoare de creare a valorii.<sup>4</sup>

Din perspectivă managerială, modificările produse de revoluția digitală se reflectă în toate componentele organizației: procesele operaționale sunt automatizate prin intermediul inteligenței artificiale și al robotic process automation (RPA), relațiile cu clienții sunt personalizate prin algoritmi de învățare automată (Machine Learning), iar deciziile strategice sunt fundamentate pe modele predictive dezvoltate prin analiza avansată a datelor. Astfel, tehnologia nu mai reprezintă doar un instrument de susținere a activităților economice, ci devine o resursă strategică ce influențează structura costurilor, productivitatea, inovarea și poziționarea competitivă a întreprinderilor.

Schimbările generate de digitalizare sunt amplificate de contextul economic caracterizat prin volatilitate, incertitudine, complexitate și ambiguitate (VUCA), concept consacrat în literatura de management strategic pentru descrierea mediilor economice aflate într-o permanentă transformare.<sup>5</sup> Într-un asemenea context, capacitatea organizațiilor de a răspunde rapid schimbărilor depinde în mod direct de nivelul maturității digitale, de flexibilitatea proceselor interne și de competențele digitale ale resursei umane. Organizațiile care adoptă modele organizaționale agile și investesc constant în infrastructuri digitale manifestă o reziliență superioară în raport cu schimbările pieței și cu șocurile economice externe.

Revoluția digitală este alimentată de dezvoltarea convergentă a unor tehnologii emergente, precum Inteligența Artificială (Artificial Intelligence – AI), Internet of Things (IoT), Cloud Computing, Blockchain, analiza volumelor mari de date (Big Data Analytics), robotic process automation (RPA) și comunicațiile bazate pe tehnologia 5G. Integrarea acestor tehnologii conduce la transformarea proceselor organizaționale, la optimizarea lanțurilor valorice și la dezvoltarea unor ecosisteme digitale caracterizate prin colaborare, interoperabilitate și inovare continuă. Din această perspectivă, avantajul competitiv nu mai este determinat exclusiv de resursele materiale sau financiare ale întreprinderii, ci, într-o măsură tot mai mare, de capacitatea acesteia de a genera, interpreta și valorifica informațiile disponibile în timp real.

În literatura de specialitate este evidențiat faptul că transformarea digitală produce efecte semnificative asupra tuturor funcțiilor întreprinderii. În domeniul producției, automatizarea inteligentă contribuie la reducerea costurilor și la creșterea productivității; în marketing facilitează personalizarea comunicării și analiza comportamentului consumatorilor; în domeniul financiar-contabil optimizează procesele de raportare și control intern; iar în management susține dezvoltarea unor sisteme decizionale bazate pe inteligență analitică și simulări predictive.<sup>6</sup> În același timp, digitalizarea generează modificări profunde în ceea ce privește structura pieței muncii, competențele profesionale solicitate și mecanismele de creare a valorii economice.

Cu toate avantajele sale, transformarea digitală generează și o serie de provocări de ordin economic, juridic și etic. Protecția datelor cu caracter personal, securitatea cibernetică, transparența algoritmilor, guvernanta datelor și responsabilitatea deciziilor asistate de inteligența artificială reprezintă teme centrale ale cercetării actuale și preocupări majore pentru factorii de decizie din mediul de afaceri și din instituțiile publice. În acest sens, Uniunea Europeană promovează dezvoltarea unui ecosistem digital sigur și responsabil, prin adoptarea unui cadru legislativ destinat utilizării etice și transparente a sistemelor bazate pe inteligență artificială.

Pornind de la aceste considerente, lucrarea își propune să analizeze impactul revoluției digitale asupra mediului de afaceri contemporan, evidențiind principalele tehnologii care susțin transformarea organizațiilor, efectele acestora asupra performanței economice și provocările pe care digitalizarea le generează pentru managementul organizațional. Analiza este fundamentată pe literatura de specialitate din domeniul managementului, economiei digitale și sistemelor informaționale, precum și pe documente elaborate de organisme internaționale și instituții europene, cu scopul de a oferi o perspectivă integrată asupra relației dintre transformarea digitală și competitivitatea organizațională.

### **Bibliografie**

1. Klaus Schwab, *The Fourth Industrial Revolution*, Crown Business, New York, 2017, pp. 8–24.
2. Viktor Mayer-Schönberger, Kenneth Cukier, *Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work and Think*, John Murray, London, 2013, pp. 5–18.
3. Henriette C. Verhoef, Peter C. Verhoef, Edwin van Doorn et al., „Digital Transformation: A Multidisciplinary Reflection and Research Agenda”, *Journal of Business Research*, vol. 122, 2021, pp. 889–901.
4. Gregory Vial, „Understanding Digital Transformation: A Review and a Research Agenda”, *The Journal of Strategic Information Systems*, vol. 28, nr. 2, 2019, pp. 118–144.
5. Bob Johansen, *Leaders Make the Future*, 2nd ed., Berrett-Koehler Publishers, Oakland, 2017, pp. 15–27.
6. Erik Brynjolfsson, Andrew McAfee, *The Second Machine Age*, W. W. Norton & Company, New York, 2016, pp. 79–121.

---

## **EDUCAȚIA PENTRU IDENTIFICAREA DEZINFORMĂRII ÎN MEDIUL DE AFACERI DIGITAL – ACTIVITĂȚI PRACTICE LA DISCIPLINELE ECONOMICE**

**prof. Adriana IOACHIMESCU, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir”, Suceava**

### **1. Introducere**

Mediul de afaceri al erei digitale oferă oportunități fără precedent: oricine poate deschide un magazin online, poate promova un produs pe rețelele sociale sau poate presta servicii pe platforme internaționale. În același timp, acest mediu este afectat de un fenomen tot mai vizibil: dezinformarea. Reclame înșelătoare, recenzii false, promisiuni de îmbogățire rapidă și tehnici de manipulare a consumatorului (așa-numitele „dark patterns”) au devenit parte din peisajul cotidian al comerțului electronic. În literatura de specialitate se face distincția între informația falsă răspândită fără intenție (misinformation) și cea creată deliberat pentru a înșela (disinformation) (Wardle, Derakhshan, 2017); în limba română, termenul „dezinformare” le acoperă, în uzul curent, pe amândouă.

Elevii de liceu, în special cei de la profilul Servicii, domeniul Economic/Comerț/Turism și alimentație, sunt dublu expuși acestui fenomen: ca actuali consumatori digitali și ca viitori antreprenori sau angajați în domeniul economic. Studiile arată că adolescenții petrec în medie patru-cinci ore pe zi pe rețelele sociale, unde sunt ținta directă a conținutului comercial înșelător. În același timp, mulți dintre ei vor lucra sau vor vinde online în următorii ani.

Prezentul referat metodic descrie un demers didactic aplicat la clasele la care predau discipline economice (Economia întreprinderii, Etică și comunicare profesională, Administrarea firmei, Negociere și contractare): un set de cinci activități practice prin care elevii învață să identifice dezinformarea din mediul de afaceri digital și să înțeleagă de ce comportamentul etic în afaceri este, pe termen lung, și cel mai profitabil.

## **2. De ce este necesară această educație?**

Argumentele pentru integrarea educației privind dezinformarea în disciplinele economice pornesc din realitatea imediată a elevilor:

- **Viitorul antreprenor.** Elevii sunt expuși constant la conținut de tip „îmbogățire rapidă” („cum am câștigat 10.000 € în două săptămâni cu dropshipping”). Fără instrumente de analiză critică, unii dintre ei vor plăti cursuri fără valoare sau vor copia modele de afaceri frauduloase.

- **Consumatorul în comerțul electronic.** Recenziile false reprezintă o problemă majoră a marilor platforme de e-commerce. Un consumator needucat nu poate distinge între un produs bun și unul promovat artificial.

- **Concurența neloială.** O firmă corectă concurează astăzi cu vânzători care folosesc recenzii cumpărate, promisiuni exagerate și presiune psihologică asupra clientului. Viitorii profesioniști trebuie să înțeleagă acest context și să știe cum se construiește încrederea în mod legitim.

- **Responsabilitatea platformelor.** Modelul de venit al platformelor digitale se bazează pe implicare (engagement), nu pe adevăr. Înțelegerea acestor stimulente economice este, în fond, o lecție de economia întreprinderii aplicată.

Tema se conectează astfel direct la conținuturile disciplinelor economice: modele de afaceri, comportamentul consumatorului, etica profesională, comunicarea comercială și negocierea. Nu este o temă „în plus”, ci o lentilă actuală prin care se pot preda conținuturile existente.

## **3. Cinci activități practice aplicate la clasă**

**Activitatea 1: „Recunoaște reclama falsă” (30 de minute, Etică și comunicare profesională).** Elevii primesc cinci reclame preluate de pe rețelele sociale (trei înșelătoare, două legitime) și le analizează în grupe mici. Obiectivul este identificarea semnalelor de alarmă: urgența artificială („ofertă valabilă doar 48 de ore!”), promisiunile nerealiste („slăbești 10 kg în două săptămâni”), prețul suspect de mic, apelul fals la autoritate („medicii sunt șocați”). În etapa de discuție, perspectiva se inversează: dacă voi ați vinde acest produs, ați folosi astfel de mesaje? Ce consecințe ar avea asupra reputației firmei? Elevii descoperă singuri că publicitatea înșelătoare este nu doar o problemă etică, ci și un risc de afaceri.

**Activitatea 2: „Detectivul de recenzii” (45 de minute, Economia întreprinderii).** Pornind de la un produs real de pe o platformă de e-commerce, elevii citesc 20 de recenzii și încearcă să separe recenziile autentice de cele false. Criteriile de analiză: limbajul generic și excesiv de entuziast („Cel mai bun produs! Perfect!”), lipsa detaliilor concrete, formulările nenaturale rezultate din traduceri automate, concentrarea suspectă a recenziilor în perioade scurte, istoricul recenzentului. Discuția economică ulterioară vizează efectul recenziilor false asupra pieței: asimetria informațională, erodarea încrederii și dezavantajarea firmelor corecte.

**Activitatea 3: „Urmărește banii” (45 de minute, Etică și comunicare profesională).** Elevii analizează o postare de tip influencer marketing și răspund la un set de întrebări: Cine plătește acest mesaj? Este marcat ca publicitate? Ce câștigă fiecare parte implicată? Este promisiunea verificabilă? Conceptul-cheie al activității este simplu și transferabil: „cui îi folosește?” – acolo unde există un stimulent financiar puternic, informația trebuie verificată suplimentar. Activitatea introduce natural noțiunile de transparență în comunicarea comercială și de reglementare a publicității.

**Activitatea 4: „Care afacere este reală?” (50 de minute, Administrarea firmei / Negociere și contractare).** Elevii primesc trei prezentări de afaceri (pitch-uri): o afacere legitimă, cu model de venit clar și promisiuni moderate; o schemă de tip „curs de îmbogățire rapidă”, în care produsul real este cursul, nu afacerea promisă; și o schemă de investiții cu randamente imposibile. Sarcina elevilor este să evalueze credibilitatea fiecărei propuneri, ca și cum ar fi potențiali parteneri sau investitori. Activitatea dezvoltă exact competențele necesare în negociere: verificarea partenerului, analiza critică a promisiunilor, identificarea presiunii artificiale de decizie.

**Activitatea 5: „Magazinul etic versus magazinul manipulator” (50 de minute, Economia întreprinderii).** Elevii compară două variante de pagină de vânzare pentru același produs: una construită pe tehnici de manipulare (stoc fals limitat, costuri ascunse până la finalizarea comenzii, opțiuni bifate implicit, condiții de retur descurajante) și una transparentă (stoc real, prețuri complete afișate de la început, retur simplu). Întrebarea centrală: care dintre cele două afaceri este mai profitabilă pe termen lung? Elevii ajung singuri la concluzia economică esențială: manipularea aduce venituri imediate, dar transparența construiește clienți fideli, recenzii autentice și recomandări – adică valoare durabilă.

#### **4. Rezultate observate**

După parcurgerea activităților, schimbările în raportarea elevilor la mediul digital au fost vizibile la trei niveluri.

- **La nivelul gândirii critice:** elevii au trecut de la acceptarea necritică a conținutului online („dacă are mii de recenzii, e bun”) la formularea sistematică de întrebări de verificare („cui îi folosește?”, „este verificabilă promisiunea?”, „este marcat ca publicitate?”).

- **La nivelul comportamentului de consum:** elevii au relatat situații în care au verificat recenzii înainte de o achiziție, au recunoscut tehnici de presiune („ofertă limitată”) sau au semnalat anunțuri suspecte pe platformele de vânzări.

- **La nivelul proiectelor de afaceri:** cel mai important rezultat a apărut în lucrările elevilor la disciplinele economice: planurile lor de afaceri au început să includă explicit angajamente de transparență (prezentarea corectă a produsului, prețuri complete, condiții de retur clare), formulate nu ca obligație morală impusă, ci ca strategie de construire a încrederii.

Un exemplu de reacție tipică a elevilor: „Înainte credeam că recenziiile cumpărate sunt ceva normal, că toată lumea face asta. Acum înțeleg că ele strică piața pentru toți – iar dacă îmi fac un magazin, prefer să câștig mai încet, dar să am clienți care se întorc.”

#### **5. Recomandări metodice și concluzii**

Din experiența aplicării acestor activități se desprind câteva recomandări pentru colegii care doresc să le adapteze:

- Porniți de la realitatea digitală a elevilor – exemplele trebuie să provină din platformele pe care le folosesc efectiv, altfel tema rămâne abstractă.

- Conectați permanent tema la afaceri, nu doar la consum: mesajul „tu vei vinde cândva online” este mult mai motivant decât „ferește-te de păcăleli”.

- Evitați moralizarea directă; lăsați elevii să descopere singuri, prin comparație, că afacerea etică este cea sustenabilă.

- Lucrați în grupe mici, cu materiale reale, în secvențe scurte (30–50 de minute), integrate în lecțiile existente, nu ca modul separat.

- Valorificați rezultatele în evaluare: includerea unei componente de etică și transparență în proiectele de afaceri ale elevilor consolidează învățarea.

În concluzie, mediul de afaceri în era digitală nu poate fi predat corect fără componenta sa problematică: dezinformarea. Educația economică are aici o dublă misiune – să formeze consumatori critici, capabili să se protejeze, și viitori profesioniști care înțeleg că încrederea este cel mai valoros activ al unei afaceri digitale. Cele cinci activități prezentate demonstrează că această misiune se poate realiza cu resurse minime, în cadrul orelor existente, cu efecte vizibile asupra gândirii critice și asupra culturii antreprenoriale a elevilor. O piață digitală mai sănătoasă începe în sala de clasă.

#### **Bibliografie**

Kahneman, D., *Gândire rapidă, gândire lentă*, Editura Publica, București, 2012.

Wardle, C., Derakhshan, H., *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*, Council of Europe, Strasbourg, 2017.

Comisia Europeană – Regulamentul (UE) 2022/2065 privind o piață unică pentru serviciile digitale (Actul legislativ privind serviciile digitale), <https://eur-lex.europa.eu>.

Stanford History Education Group – Civic Online Reasoning, <https://cor.inquirygroup.org>.



---

## **MEDIUL DE AFACERI ÎN ERA DIGITALĂ – PROVOCĂRI ȘI OPORTUNITĂȚI PRIVIND PROTECȚIA CONSUMATORULUI ȘI POLITICILE MODERNE DE MARKETING**

*prof. Ramona ȘPAC, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava*

### **Rezumat**

Transformarea digitală a schimbat profund relațiile dintre companii și consumatori. Comerțul electronic, rețelele sociale și dezvoltarea inteligenței artificiale au creat noi oportunități pentru mediul de afaceri, dar și noi provocări privind respectarea drepturilor consumatorilor și aplicarea unor politici de marketing etice. Lucrarea evidențiază impactul digitalizării asupra activității economice și propune exemple de bune practici ce pot fi valorificate în procesul instructiv-educativ.

**Cuvinte-cheie:** digitalizare, consumator, marketing digital, comerț electronic, protecția consumatorului.

### **1. Introducere**

Digitalizarea reprezintă unul dintre cei mai importanți factori ai dezvoltării economice actuale. Apariția magazinelor online, utilizarea platformelor de socializare și dezvoltarea aplicațiilor mobile au schimbat modul în care organizațiile își desfășoară activitatea și comunică cu piața.

Consumatorul modern este informat, conectat permanent și dispune de numeroase posibilități de comparare a produselor și serviciilor. În acest context, firmele trebuie să adopte strategii de marketing adaptate mediului digital și să respecte drepturile consumatorilor.

### **2. Mediul de afaceri în era digitală**

Economia digitală se caracterizează prin:

- dezvoltarea comerțului electronic;
- utilizarea inteligenței artificiale în relația cu clienții;
- promovarea prin social media;
- marketing bazat pe analiza datelor;
- plăți electronice și servicii digitale.

Companiile beneficiază de acces rapid la piețe noi, reducerea costurilor și comunicare directă cu publicul țintă. În același timp, concurența este mult mai intensă, iar reputația unei firme poate fi influențată rapid de opiniile publicate în mediul online.

### **3. Protecția consumatorului în comerțul electronic**

Dezvoltarea comerțului online a determinat apariția unor noi responsabilități pentru operatorii economici.

Consumatorii trebuie să beneficieze de:

- informații clare privind produsele;
- prețuri transparente;
- dreptul de retragere din contract;
- protecția datelor personale;
- modalități eficiente de soluționare a reclamațiilor.

În mediul digital apar și numeroase riscuri:

- fraude online;
- produse contrafăcute;
- publicitate înșelătoare;
- phishing;
- recenzii false.

Educația consumatorilor devine astfel o componentă esențială a formării economice.

#### **4. Politicile moderne de marketing în mediul digital**

Marketingul digital utilizează instrumente diferite față de marketingul tradițional.

Printre cele mai utilizate se regăsesc:

- marketingul prin rețele sociale;
- marketingul prin influenceri;
- e-mail marketing;
- optimizarea pentru motoarele de căutare (SEO);
- publicitatea online;
- marketingul bazat pe conținut.

Aceste metode permit personalizarea mesajelor și comunicarea directă cu consumatorii, însă impun respectarea principiilor etice și a legislației privind publicitatea și protecția datelor.

#### **5. Rolul profesorului de discipline economice**

În cadrul disciplinelor Protecția consumatorului și Politici de marketing, profesorul contribuie la dezvoltarea competențelor necesare elevilor pentru integrarea într-o economie digitală.

Activitățile didactice pot include:

- analiza magazinelor online;
- identificarea tehnicilor de promovare utilizate pe rețelele sociale;
- studii de caz privind încălcarea drepturilor consumatorilor;
- simularea unei campanii de marketing digital;
- realizarea unor comparații între strategiile de promovare ale diferitelor firme.

Aceste activități dezvoltă gândirea critică, spiritul antreprenorial și responsabilitatea civică.

#### **6. Studiu de caz**

Analiza unui magazin online

Elevii pot analiza:

- modul de prezentare a produselor;
- existența informațiilor obligatorii;
- politica de retur;
- modalitatea de afișare a prețurilor;
- recenziile clienților;
- tehnicile de promovare utilizate.

La final, fiecare echipă poate realiza un raport privind respectarea drepturilor consumatorilor și eficiența strategiei de marketing.

#### **7. Concluzii**

Digitalizarea transformă permanent mediul de afaceri și impune adaptarea atât a companiilor, cât și a sistemului educațional. Formarea elevilor în domeniul protecției consumatorului și al marketingului digital contribuie la dezvoltarea unor viitori consumatori informați și a unor specialiști capabili să răspundă provocărilor economiei moderne.

Profesorul de discipline economice are un rol important în dezvoltarea competențelor digitale, antreprenoriale și financiare ale elevilor, utilizând metode interactive și exemple relevante din mediul de afaceri contemporan.

#### **Bibliografie**

Chaffey, D. – *Digital Marketing*, Pearson Education.

Kotler, P., Keller, K. L. – *Marketing Management*, Pearson.

Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor – <https://anpc.ro>

Comisia Europeană – *Strategia pentru Piața Unică Digitală*, <https://ec.europa.eu>

Google Gemini – *Imagini generate prin Inteligență Artificială pentru concepte economice*, <https://gemini.google.com>, 2026.

*Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților.*

*Legea nr. 365/2002 privind comerțul electronic.*

*Regulamentul (UE) 2016/679 privind protecția datelor cu caracter personal (GDPR).*

## SECȚIUNEA II

# Promovarea dimensiunii europene a educației economico-financiară prin proiectele școlare

### DEZVOLTARE PROFESIONALĂ PRIN MOBILITATE EUROPEANĂ — RIMINI, ITALIA

*prof. dr. Petronela VULTUR, Colegiul „Alexandru cel Bun” Gura Humorului*

O nouă experiență europeană de excepție a marcat parcursul elevilor specializați în turism ai Colegiului „Alexandru cel Bun” din Gura Humorului. Zece elevi și un profesor însoțitor au participat la **Fluxul 2 al proiectului ERASMUS+ „Dezvoltare profesională prin mobilitate europeană VET”**, desfășurând stagii de practică în inima Riviei Adriatice — **Rimini, Italia** — una dintre cele mai renumite destinații turistice ale Europei. Această mobilitate reprezintă o oportunitate unică de formare profesională autentică, în contexte reale internaționale.

Proiectul ERASMUS+ „Dezvoltare profesională prin mobilitate europeană VET” vizează **creșterea calității formării profesionale inițiale** prin expunerea elevilor la medii de lucru internaționale, dobândirea de competențe profesionale și transversale în context european și dezvoltarea autonomiei, adaptabilității și spiritului intercultural.

**1. Dezvoltarea competențelor profesionale** specifice specializării Tehnician în turism prin practică reală în unități de ospitalitate și restaurație de nivel european

**2. Îmbunătățirea abilităților lingvistice** — comunicare profesională în limba italiană și engleză în contexte reale de muncă

**3. Formarea competențelor interculturale** și a capacității de integrare într-un mediu de lucru multicultural, specific industriei turismului european

**4. Creșterea gradului de angajabilitate** a absolvenților prin obținerea de experiență practică certificată la nivel european (Europass Mobility)

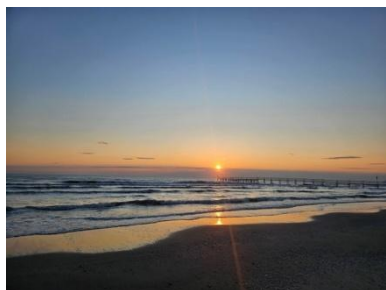
**5. Promovarea valorilor europene** — cooperare, incluziune, cetățenie activă și identitate europeană în rândul elevilor participanți

Mobilitatea europeană nu este doar o oportunitate de formare profesională — este un pas decisiv spre construirea unei Europe unite, în care *tinerii din Gura Humorului* se formează alături de profesioniști italieni, pe malul Adriaticii, cu ochii la un viitor fără frontiere.

#### *Locațiile de practică — Rimini, Italia*

Elevii au desfășurat stagiile de practică în **patru unități de referință** din Rimini — două hoteluri de categorie superioară și două restaurante/cafelele cu profil modern și internațional, oferind o imagine completă a industriei ospitalității adriatice.

- Hotel San Paolo, Viale Faenza 2/a;
- EUR Hotel ★★★ Miramare;
- Sasushi e Poke, Viale Regina Margherita 176;
- Savage Café e Bistrot, Viale Regina Margherita 179.



Organizația **IFOM Bologna** a asigurat coordonarea logistică și profesională a stagiului, selecția și medierea cu unitățile gazdă, monitorizarea elevilor pe durata mobilității, precum și suportul administrativ complet pentru buna desfășurare a activităților la Rimini. Colaborarea cu un partener de experiență în plasamente VET europene a garantat calitatea și relevanța profesională a stagiilor.



### **Competențe dobândite**

Pe parcursul stagiului, elevii au exersat și dobândit competențe profesionale esențiale pentru specializarea **Tehnician în turism**, în contexte reale de muncă la standarde europene:

- Front desk & check-in/check-out;
- Servicii restaurant & F&B;
- Barista & servicii cafea;
- Comunicare în italiană & engleză;
- Relații cu clienții internaționali;
- Proceduri housekeeping;
- Food & beverage management;
- Competențe interculturale;
- Operare sisteme digitale hotel;
- Lucru în echipă



multicultural.

Fiecare elev va primi documentul **Europass Mobility**, care certifică la nivel european competențele dobândite pe durata stagiului, reprezentând un atu esențial în construirea unui parcurs profesional de succes în industria turismului.

Experiența de la Rimini a demonstrat că granițele educației nu se opresc în Bucovina — ele se întind până la *malul Mării Adriatice*.

Colegiul „Alexandru cel Bun” continuă să construiască punți între generația tânără din Gura Humorului și standardele de excelență ale Europei unite.



# PROMOVAREA DIMENSIUNII EUROPENE A EDUCAȚIEI ECONOMICO-FINANCIARE PRIN PROIECTELE ȘCOLARE „BUSINESS ÎN ERA DIGITALĂ: DE LA TRADIȚIONAL LA INOVATOR”

**Adaptat pentru elevi – Tehnician în economie/tehnician în turism**

*prof. Paraschiva STÎNGACIU, Colegiul Silvic „Bucovina” Câmpulung Moldovenesc*

În contextul globalizării și al transformărilor digitale, educația economico-financiară trebuie să depășească granițele locale și să integreze perspective europene. Școlile joacă un rol esențial în pregătirea elevilor pentru a înțelege economia contemporană, inclusiv procesele de digitalizare și inovație în afaceri.

## 1. Importanța dimensiunii europene în educația economică

Promovarea dimensiunii europene presupune dezvoltarea competențelor care permit elevilor să:

- Înțeleagă funcționarea pieței unice europene și impactul reglementărilor UE asupra afacerilor locale și internaționale.
- Analizeze modele de afaceri digitale și inovatoare implementate în diferite țări europene.
- Dezvolte gândire critică privind sustenabilitatea și responsabilitatea socială a afacerilor în context european.

Astfel, elevii nu doar că învață despre concepte economice, ci le pot compara și adapta la realitatea europeană, pregătindu-se pentru o piață de muncă integrată și digitalizată.

## 2. Proiectele școlare ca instrument de promovare

Proiectele școlare reprezintă un cadru practic ideal pentru a integra dimensiunea europeană a educației economico-financiare:

- **Proiecte de tip simulări și studii de caz:** Elevii pot analiza modele de afaceri digitale europene, comparând strategiile tradiționale cu cele inovative, cum ar fi adoptarea e-commerce, fintech sau platforme de business inteligente.
- **Colaborări internaționale:** Participarea la proiecte Erasmus+ sau competiții europene de business permite schimbul de idei și bune practici între elevi din diferite țări.
- **Utilizarea resurselor digitale:** Crearea de bloguri, aplicații sau mini-startup-uri simulate care reflectă procesele economice digitale, inspirate de exemple europene.

## 3. Conexiunea între tradițional și inovator

În cadrul proiectelor școlare, se poate realiza o trecere clară de la business-ul tradițional la cel digital și inovator:

- Analiza unui magazin local tradițional și compararea cu un marketplace european digital.
- Studiarea impactului tehnologiilor digitale (ex. inteligența artificială, plăți online, marketing digital) asupra strategiilor de afaceri.
- Implementarea unor soluții inovative într-un proiect de simulare a afacerilor care respectă reglementările UE și tendințele pieței digitale.

## 4. Beneficiile pentru elevi

Prin promovarea dimensiunii europene a educației economico-financiare, elevii:

- Dezvoltă competențe digitale și financiare integrate.
- Înțeleg complexitatea economiei europene și oportunitățile de inovare.
- Sunt pregătiți să participe activ în ecosistemul economic digital european, fie ca antreprenori, fie ca angajați în companii inovatoare.





# CALEA CĂTRE STANDARDE EUROPENE: ELEVII COLEGIILOR ECONOMIC „DIMITRIE CANTEMIR” SUCEAVA AU CUCERIT PORTUGALIA ÎNTR-UN STAGIU DE PRACTICĂ ERASMUS+ VET

*prof. mentor Luminița HAGIU, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava*

În perioada **20 aprilie – 1 mai 2026**, un grup de **20 de elevi** din clasele a X-a și a XI-a de la **Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava** a participat la un stagiul de pregătire practică de două săptămâni în orașul **Braga, Portugalia**. Această mobilitate reprezintă o etapă esențială în implementarea **Acreditării VET (Anul V)**, sub numărul de proiect **2025-1-RO01-KA121-VET-000318560** (corelat cu acreditarea de bază **2020-1-RO01-KA120-VET-095440**).

Sub egida motto-ului *"Qualification to European Standards"* (Calificare la standarde europene), proiectul își propune să reducă decalajul dintre competențele livrate de sistemul de învățământ preuniversitar și cerințele reale, extrem de dinamice, ale pieței europene a muncii.

## **Obiectivele strategice ale mobilității**

Proiectul a fost configurat în jurul a trei piloni fundamentali de dezvoltare:

1. **Dezvoltarea profesională (Hard Skills):** Dobândirea de abilități practice specifice fiecărei calificări profesionale în companii din Portugalia.
2. **Dezvoltarea personală (Soft Skills):** Îmbunătățirea capacității de lucru în echipă, a comunicării în limba engleză (și inițierea în limba portugheză) și a adaptabilității într-un mediu multicultural.
3. **Internaționalizarea instituției:** Consolidarea parteneriatelor strategice dintre Colegiul Economic din Suceava și rețelele de formare profesională din Uniunea Europeană.

## **Pregătirea riguroasă a participanților**

Succesul unui astfel de stagiul transnațional este asigurat de o pregătire prealabilă complexă. Înainte de plecare, cei 20 de elevi selectați au parcurs trei module obligatorii:

- **Pregătire pedagogică:** Familiarizarea cu rezultatele învățării vizate și cu fișele de monitorizare.
- **Pregătire lingvistică:** Cursuri de limba engleză aplicată pe domeniul de specialitate și noțiuni introductive de limba portugheză.
- **Pregătire culturală:** Sesiuni dedicate istoricului, obiceiurilor și normelor de conduită specifice Portugaliei, pentru a asigura o integrare rapidă și armonioasă.

Găzduiți și ghidați metodologic de organizația de primire **BRAGA MOB**, elevii au fost integrați în structuri economice reale, beneficiind de mentoratul unor tutori locali cu vastă experiență.

## **Activități practice detaliate pe specializări**

### **🏢 Domeniul Economic și Contabilitate (Tehnician în activități economice)**

Găzduiți de **Ideia Atlântico** și **Gabimendes Gabinete de Contabilidade**, elevii au făcut saltul de la contabilitatea teoretică la cea aplicată. Aceștia au lucrat direct cu software-uri de gestiune utilizate în Portugalia, învățând să introducă date primare, să reconcilieze extrase de cont și să analizeze fluxurile de documente. Accentul a fost pus pe precizie, confidențialitatea datelor și respectarea standardelor europene de raportare financiară.

### **🏨 Domeniile Turism și Hotelărie (Tehnician în turism / Tehnician în hotelărie)**

La **Synergia Portugal** și **Bowling House**, elevii au explorat standardele internaționale în ospitalitate. De la gestionarea rezervărilor și asistența oferită clienților la recepție, până la logistica organizării evenimentelor culturale și sportive, tinerii au înțeles că succesul în turism depinde de adaptabilitate, de o comunicare non-verbală caldă și de rezolvarea rapidă a problemelor.

### **🍴 Domeniul Gastronomie (Tehnician în gastronomie)**

Instruiți în bucătăriile partenerilor coordonați de **Café Bracara Augusta 1986**, elevii au pătruns în culisele gastronomiei mediteraneene. Aceștia au deprins tehnici profesionale de preparare a peștelui (faimosul *Bacalhau*) și a deserturilor emblematice (cum ar fi *Pasteis de Nata*), învățând totodată regulile stricte de igienă (HACCP) și importanța coordonării la secundă într-o bucătărie de restaurant.

### **Domeniul Comerț (Tehnician în activități de comerț)**

La unități comerciale locale, elevii au analizat comportamentul consumatorului portughez și tehnicile moderne de merchandising. Aceștia au exersat aranjarea estetică a produselor la raft, gestionarea stocurilor și comunicarea persuasivă în vânzări, observând cum identitatea locală este valorificată pentru a spori vânzările.

#### **Dimensiunea culturală: O sală de clasă fără pereți**

Programul de mobilitate a integrat o componentă culturală bogată, esențială pentru dezvoltarea spiritului de cetățenie europeană a elevilor.

- **Braga și Bom Jesus do Monte:** Elevii au descoperit de ce Braga este numită „Roma Portugaliei”, urcând treptele monumentale ale sanctuarului Bom Jesus (patrimoniu UNESCO), vizitând **Torre dos Coimbras** și experimentând ritualul cafelei sociale.
- **Porto și Oceanul Atlantic:** O zi intensă a fost dedicată orașului Porto, unde elevii au admirat arhitectura unică cu azulejos, au traversat podul de fier proiectat de un ucenic al lui Eiffel și au simțit, mulți dintre ei pentru prima dată, briza maiestuoasă a Oceanului Atlantic.
- **Lisabona și Fátima:** În capitala Lisabona, vizita la Turnul Belém și Mănăstirea Jerónimos a reprezentat o incursiune în istoria marilor descoperiri geografice. Popasul la Sanctuarul de la Fátima a oferit nu doar momente de introspecție, ci și un studiu de caz excelent despre logistica turismului religios la scară mondială.

#### **Evaluare, recunoaștere și certificare**

La finalul stagiului, progresul elevilor a fost evaluat pe baza fișelor de monitorizare agreate de tutori și profesori însoțitori. Competențele dobândite au fost validate oficial prin eliberarea documentelor de certificare recunoscute la nivel european:

- **Certificatul Europass Mobility**, care atestă perioada de practică în străinătate și competențele specifice dobândite.
- **Certificate de participare** eliberate de partenerul **BRAGA MOB** și de companiile gazdă.

#### **Concluzii și diseminare**

Proiectul Erasmus+ VET desfășurat în Braga demonstrează că mobilitatea europeană este cel mai puternic catalizator al modernizării educației economice. Elevii s-au întors la Suceava nu doar cu competențe profesionale sporite, ci și cu o viziune clară asupra standardelor europene, fiind pregătiți să devină mentori pentru colegii lor în cadrul Firmelor de Exercițiu active din liceu.

Rezultatele stagiului vor fi diseminate prin prezentări la orele de specialitate, realizarea unui panou informativ, articole pe site-ul școlii și dezbateri în cadrul comisiilor metodice, asigurând astfel sustenabilitatea proiectului pe termen lung și inspirând viitoarele generații de elevi să țină seama spre excelența europeană.

---

## **MOBILITATEA ERASMUS+ VET ÎN BRAGA, PORTUGALIA – UN PAS SPRE CONSOLIDAREA DIMENSIUNII EUROPENE A EDUCAȚIEI ECONOMICE**

*prof. dr. Gabriela STAFIE, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava*

Internaționalizarea educației reprezintă una dintre direcțiile strategice promovate la nivel european pentru dezvoltarea unui învățământ profesional și tehnic modern, capabil să răspundă cerințelor unei economii bazate pe cunoaștere, inovare și mobilitate. În acest context, Programul **Erasmus+** constituie unul dintre cele mai importante instrumente ale Uniunii Europene pentru dezvoltarea competențelor profesionale, stimularea cooperării internaționale și promovarea valorilor europene în educație.

Pentru Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava, participarea la proiectele Erasmus+ VET reprezintă o componentă esențială a procesului de modernizare a actului educațional și de consolidare a dimensiunii europene a formării profesionale. Mobilitățile internaționale oferă

elevilor oportunitatea de a învăța în contexte reale de muncă, de a cunoaște standardele europene din domeniul turismului și alimentației și de a-și dezvolta competențele necesare integrării pe piața europeană a muncii.



În cadrul proiectului Erasmus+ VET – KA121-VET, cu titlul „Qualification to European Standards”, acreditare 2020-1-RO01-KA120-VET-095440, proiect 2025-1-RO01-KA121-VET-000318560, în perioada 11–22 mai 2026, un grup format din 20 de elevi ai Colegiului Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava, de la calificările **Tehnician în activități economice, Tehnician în activități de comerț, Tehnician în turism, Tehnician în gastronomie și Tehnician în hotelărie**, a participat la un stagiu de pregătire practică în **Braga, Portugalia**.



Activitățile s-au desfășurat în unități economice din domeniul ospitalității, unde elevii au avut posibilitatea să aplice cunoștințele dobândite în cadrul pregătirii teoretice și practice, să utilizeze tehnologii și echipamente moderne și să cunoască modul de organizare a activităților specifice industriei turismului și alimentației la nivel european. Totodată, contactul direct cu specialiști din domeniu a favorizat dezvoltarea competențelor profesionale, a spiritului de inițiativă, a responsabilității și a capacității de adaptare la cerințele unui mediu profesional internațional.

Dincolo de pregătirea profesională, mobilitatea a avut un impact semnificativ asupra dezvoltării competențelor-cheie promovate prin Cadrul european al competențelor pentru învățarea pe tot parcursul vieții. Comunicarea într-o limbă de circulație internațională, colaborarea în echipe multiculturale, utilizarea tehnologiilor digitale, dezvoltarea competențelor personale și sociale, precum și formarea spiritului civic european au constituit rezultate importante ale experienței de învățare.

Experiența desfășurată în Portugalia a demonstrat că învățarea în contexte autentice contribuie la formarea unei viziuni moderne asupra profesiei și facilitează înțelegerea standardelor europene privind calitatea serviciilor, orientarea către client și responsabilitatea profesională. Participarea elevilor la activitățile desfășurate în cadrul organizațiilor partenera a favorizat schimbul de bune practici și familiarizarea cu modele organizaționale bazate pe eficiență, colaborare și inovare.





Un obiectiv important al proiectului l-a constituit valorificarea și diseminarea rezultatelor mobilității în comunitatea școlară. După finalizarea stagiului de practică, participanții au organizat activități de prezentare a experiențelor dobândite, întâlniri cu colegii și cadrele didactice, expoziții foto, sesiuni de informare și ateliere interactive dedicate promovării oportunităților oferite de Programul Erasmus+. Aceste activități au contribuit la multiplicarea impactului proiectului și la stimularea interesului elevilor pentru participarea la viitoare mobilități europene.

În egală măsură, experiența acumulată în cadrul proiectului a constituit o resursă importantă pentru dezvoltarea profesională a cadrelor didactice implicate în coordonarea activităților. Schimbul de bune practici cu organizațiile partenere și adaptarea unor metode moderne de formare profesională au condus la diversificarea strategiilor didactice și la consolidarea parteneriatelor europene ale instituției.

Mobilitățile Erasmus+ depășesc dimensiunea unei simple experiențe de practică profesională. Ele reprezintă un instrument de dezvoltare instituțională, de promovare a educației europene și de formare a unor viitori specialiști capabili să răspundă provocărilor unei economii globalizate. Prin participarea constantă la proiecte europene, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava contribuie la promovarea unei culturi organizaționale bazate pe excelență, cooperare internațională și învățare pe tot parcursul vieții, consolidând dimensiunea europeană a educației economico-financiare și pregătind elevii pentru integrarea într-un spațiu profesional european competitiv și dinamic.

---

## PROMOVAREA DIMENSIUNII EUROPENE A EDUCAȚIEI ECONOMICO-FINANCIARE PRIN PROIECTE ȘCOLARE – EXPERIENȚA ÎN PROIECTE ETWINNING DERULATE LA COLEGIUL ECONOMIC „DIMITRIE CANTEMIR” SUCEAVA ÎN ANUL ȘCOLAR 2025-2026

*prof. Alexandra REINDL, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava*

### **Rezumat**

Acesta este un articol despre experiența pe care am acumulat-o prin trei proiecte eTwinning derulate la Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava: „Healthy lifestyle in the digital ERA 2025-2026”, „Taste & Travel Europe 2026” și „I am Stronger with my Life Skills” în anul școlar 2025-2026: despre modul în care am integrat aceste parteneriate europene în activitatea didactică de zi cu zi, pentru a forma competențele economico-financiare, antreprenoriale și digitale ale elevilor mei din profilul Servicii (Economic, Comerț, Turism și alimentație) și felul în care am folosit eTwinning ca instrument de diseminare a activităților de formare Erasmus+ și de promovare a dimensiunii europene a educației.

**Cuvinte-cheie:** eTwinning, educație economico-financiară, Erasmus+, dimensiune europeană, bune practici, învățământ profesional și tehnic (VET).

De-a lungul ultimilor ani, am înțeles tot mai clar, la catedră, că formarea competențelor economico-financiare ale elevilor mei nu se mai poate realiza doar prin conținuturile disciplinare clasice. Elevii de la profilul Servicii au nevoie de experiențe de învățare autentice, colaborative și internaționale, care să le arate cum arată, în practică, mecanismele pe care le studiază la clasă. Programul eTwinning, componentă a Erasmus+, mi-a oferit acest spațiu: o platformă digitală sigură (TwinSpace) prin care am putut derula parteneriate școlare online cu profesori din alte țări, contribuind atât la dezvoltarea „dimensiunii europene” a educației oferite elevilor mei, cât și la propria mea formare continuă (Comisia Europeană – European School Education Platform, 2024).

Fiind profesor la Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava, unitate de învățământ profesional și tehnic cu profil economic, comerț, turism și alimentație, iar în ultimii ani am ales să valorific activ oportunitățile oferite de eTwinning și de proiectele Erasmus+ pentru a completa curriculumul național cu experiențe de învățare bazate pe proiect, colaborare internațională și utilizare responsabilă a tehnologiei.

În continuare prezint, din perspectiva mea de coordonator, cele trei proiecte eTwinning la care am participat, subliniind ce mi-a adus fiecare dintre ele, mie și elevilor mei, în planul educației economico-financiare și al promovării valorilor europene.

### **Proiectul „Healthy lifestyle in the digital ERA 2025-2026”**

Acest proiect a fost primul pas al meu spre o abordare mai amplă a colaborării internaționale prin eTwinning. Am coordonat un grup de 10 elevi de liceu (16 ani), parte a unei rețele mai largi de elevi din România (județele Vaslui și Suceava) și Turcia (Bursa), centrată pe promovarea unui stil de viață sănătos în contextul digitalizării excesive. Deși tema centrală a proiectului vizează sănătatea și echilibrul digital, am ales să o integrez curricular în modulele de specialitate ale profilului turism și alimentație: elevii mei au realizat ghiduri nutriționale, au mapat resurse turistice de wellness și au elaborat liste de verificare privind siguranța alimentară de tip HACCP – conținuturi cu aplicabilitate directă în economia serviciilor turistice și de ospitalitate.

Din perspectiva educației economico-financiare, i-am ghidat pe elevi să analizeze costurile și valoarea adăugată atunci când au conceput „pachete de bunăstare” pentru destinații turistice, le-am urmărit progresul în comunicarea profesională în limba engleză și i-am însoțit în folosirea unor instrumente digitale variate (Padlet, Canva, Genially, Storyjumper, Emaze) pentru a produce rezultate colaborative: nori de cuvinte, „Dish Cards”, jurnalul „A Healthy Day in My Life” și cartea electronică „A Healthy Life Guide”. Am aplicat un chestionar pre-test din care a reieșit că 73,4% dintre elevi petreceau peste două ore zilnic în fața ecranelor; rezultatele post-test mi-au confirmat o schimbare pozitivă de comportament, ceea ce m-a convins de eficiența metodei bazate pe proiect. Am diseminat rezultatele prin site-ul instituției.

### **Proiectul „Taste & Travel Europe 2026”**

„Taste & Travel Europe” este al doilea proiect eTwinning pe care l-am coordonat, derulat pe parcursul a cinci luni, alături de 24 de elevi ai mei și de parteneri din mai multe țări europene. Tema aleasă – gastronomie, cultură, turism și călătorie responsabilă – mi s-a părut ideală pentru a lega direct activitatea de proiect de disciplinele de specialitate pe care le predau.

Am organizat elevii în echipe internaționale mixte și i-am îndrumat să realizeze carduri digitale de preparate tradiționale (cu informații privind ingrediente și alergeni), să contribuie la o hartă interactivă turistică și gastronomică, să conceapă postere „Responsible Traveller” și trasee gastronomice de 24 de ore. Prin aceste activități, i-am ajutat pe elevi să exerseze concepte economice precum segmentarea pieței, publicul-țintă, mixul promoțional, cererea și oferta sau valoarea adăugată în turism. Produsele finale colaborative – „Taste & Travel Digital Guide”, Calendarul european al gastronomiei pe 12 luni și harta interactivă – au rezultat din agregarea contribuțiilor tuturor școlilor partenere, iar eu am urmărit ca activitățile elevilor mei să exerseze și competențe antreprenoriale, prin

simularea unor strategii de marketing turistic și promovare a destinațiilor. Am evaluat proiectul prin chestionare pre/post-test aplicate elevilor, iar rezultatele le-am diseminat prin prezentări în școală, expoziții ale lucrărilor elevilor, publicare pe canalele de comunicare ale instituției și participare la întâlniri metodice pe tema turismului și serviciilor.

### **Proiectul „I am Stronger with my Life Skills”**

Al treilea proiect la care particip, „I am Stronger with my Life Skills”, se înscrie în tema anuală eTwinning 2025-2026, „Skills for life”, lansată de Comisia Europeană pentru a sprijini dezvoltarea competențelor de bază ale elevilor europeni – literație, competențe digitale, matematică, științifice și de cetățenie activă (European School Education Platform, 2025). Am ales să mă implic în acest proiect pentru a continua, alături de elevii mei, munca de consolidare a rezilienței, a încrederii în sine și a competențelor transversale (comunicare, colaborare, gândire critică, adaptabilitate) – aspecte pe care le consider esențiale și pentru educația economico-financiară a viitorilor absolvenți, întrucât gestionarea eficientă a resurselor personale, luarea deciziilor informate și adaptabilitatea la schimbare sunt competențe-cheie ale educației financiare moderne.

Pentru mine, participarea la acest proiect completează un parcurs coerent, pe care l-am construit în timp: de la proiecte tematice punctuale, legate de sănătate și gastronomie, am ajuns să mă implic și într-un proiect axat pe formarea competențelor de viață, aliniat priorităților strategice ale Uniunii Europene în domeniul educației.

### **Reflecții personale și bune practici pe care le-aș recomanda**

Privind retrospectiv la experiența acumulată prin aceste trei proiecte, am identificat câteva practici pe care le consider replicabile și pe care le-aș recomanda oricărui coleg interesat să promoveze dimensiunea europeană a educației economico-financiare prin eTwinning:

- Am legat mereu materiale realizate în cadrul proiectelor de curriculumul de specialitate – am corelat fiecare temă cu module VET (turism, comerț, alimentație, marketing), astfel încât elevii mei să simtă legătura directă dintre teorie și mediul de afaceri real.
- Am urmărit dezvoltarea competențelor antreprenoriale și digitale – i-am pus pe elevi să analizeze piața, să promoveze produse și servicii și să folosească responsabil instrumente digitale (Canva, Genially, Google Forms, Kahoot!, Storyjumper), competențe pe care le pot transfera direct în activitatea economică reală.
- Am evaluat mereu impactul cu date concrete – chestionarele pre/post-test aplicate la fiecare proiect m-au ajutat să măsoară împreună, eu și elevii, schimbarea de atitudini și comportamente.
- Am diseminat constant, la nivel instituțional – am promovat rezultatele prin site-ul școlii, expoziții virtuale și întâlniri metodice, ceea ce a crescut vizibilitatea activității Erasmus+ / eTwinning la nivel local și regional.
- Am respectat cu strictețe protecția datelor și siguranța online – am cerut mereu consimțăminte parentale, am aplicat reguli de netichetă și am protejat imaginea elevilor, aspecte pe care le consider esențiale în educația digitală actuală.

### **Concluzii**

Experiența mea cu proiectele eTwinning „Healthy lifestyle in the digital ERA 2025-2026”, „Taste & Travel Europe 2026” și „I am Stronger with my Life Skills” mi-a arătat cât de mult pot fi valorificate parteneriatele școlare europene pentru a susține educația economico-financiară a elevilor mei, dincolo de tema declarată a fiecărui proiect. Prin activități aplicate – analiza costurilor, marketing turistic, gestionarea resurselor, luarea deciziilor – elevii mei de la Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava au dobândit competențe pe care le consider relevante pentru viitoarea lor carieră în domeniul economic. Iar mie, ca profesor, implicarea constantă în astfel de proiecte mi-a susținut dezvoltarea profesională și mi-a oferit un cadru concret prin care să promovez, la nivelul școlii mele, valorile și oportunitățile oferite de programul Erasmus+.

## **Bibliografie**

1. Comisia Europeană, European School Education Platform – Despre eTwinning, disponibil la: <https://school-education.ec.europa.eu/en/etwinning/about>
2. European School Education Platform (2025) – eTwinning annual theme 2025/2026: Skills for life, disponibil la: <https://school-education.ec.europa.eu/en/discover/news/etwinning-annual-theme-20252026-skills-life>
3. eTwinning România – Despre eTwinning, ANPCDEFP, disponibil la: <https://etwinning.ro/despre-etwinning/>
4. Ministerul Educației – Erasmus+ și Acțiunea eTwinning în România, disponibil la: <https://www.erasmusplus.ro>
5. Iftode, O., Ivan, C. (2022) – Experiențe de învățare ale elevilor prin intermediul proiectelor eTwinning, articol de cercetare, disponibil pe ResearchGate: <https://www.researchgate.net/publication/368767787>
6. Valoarea proiectelor eTwinning pentru educație, Revista iTeach: experiențe didactice, disponibil la: <https://iteach.ro/experientedidactice/valoarea-proiectelor-etwinning-pentru-educatie>
7. Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava – Proiecte europene și parteneriate eTwinning, disponibil la: <http://cedcsv.ro>

## SECȚIUNEA III

### Exemple de bune practici

#### INTEGRAREA PLATFORMEI LIFELAB ÎN DEZVOLTAREA COMPETENȚELOR FINANCIARE ALE ELEVILOR – EXEMPLU DE BUNĂ PRACTICĂ

*prof. dr. Gabriela STAFIE, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava*

Educația financiară reprezintă una dintre componentele fundamentale ale formării tinerilor pentru viața personală și profesională, contribuind la dezvoltarea capacității acestora de a lua decizii responsabile privind administrarea resurselor financiare. Într-o societate caracterizată prin acces facil la produse și servicii financiare, consum digital și influențe permanente generate de mediul online, adolescenții sunt puși frecvent în situația de a face alegeri care le pot influența comportamentul economic pe termen lung. În acest context, procesul educațional trebuie să depășească transmiterea unor noțiuni teoretice și să creeze contexte autentice de învățare, în care elevii să experimenteze, să analizeze și să aplice principiile unei gestionări responsabile a banilor.

Pornind de la această premisă, în cadrul evenimentului internațional **Global Money Week 2026**, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava a organizat activitatea interdisciplinară **„Bugetul personal al adolescentului”**, desfășurată în parteneriat cu **BCR**, prin proiectul național **LifeLab – Școala de Bani**. Activitatea, adresată elevilor clasei a XI-a B, a valorificat resursele educaționale puse la dispoziție de platforma LifeLab, demonstrând modul în care instrumentele digitale și metodele interactive pot transforma educația financiară într-o experiență de învățare relevantă și aplicată.

Scopul activității a fost dezvoltarea competențelor financiare ale elevilor prin formarea unor mecanisme de planificare responsabilă a resurselor personale, înțelegerea relației dintre venituri și cheltuieli, prioritizarea consumului și conștientizarea importanței economisirii pentru asigurarea echilibrului financiar. Totodată, activitatea și-a propus să dezvolte competențe de comunicare, colaborare și gândire critică, prin raportarea permanentă la situații reale din viața adolescenților.



Demersul didactic a fost construit în jurul fișei de lucru **„Bugetul personal al adolescentului”**, disponibilă pe platforma LifeLab, utilizând metode active și participative precum conversația euristică, studiul de caz, problematizarea, jocul de rol, învățarea prin cooperare și exercițiul practic. Alegerea acestor strategii metodologice a urmărit implicarea directă a elevilor în procesul de învățare și transformarea acestora din simpli receptori de informații în participanți activi la construirea propriilor cunoștințe.

Activitatea a debutat cu o analiză a comportamentului financiar specific adolescenților, pornind de la experiențele personale ale elevilor. Discuțiile au evidențiat principalele surse de venit specifice acestei categorii de vârstă – alocația, bursele, veniturile ocazionale sau sprijinul financiar oferit de familie –, precum și modalitățile în care acestea sunt utilizate. În același timp, elevii au analizat critic factorii care influențează deciziile financiare, identificând rolul familiei, al grupului de prieteni, al publicității și al rețelelor sociale în modelarea comportamentului de consum. Această etapă introductivă a creat cadrul necesar pentru conștientizarea diferenței dintre nevoile reale și dorințele generate de presiunea socială sau de consumul impulsiv.

Pornind de la aceste reflecții, activitatea a continuat cu elaborarea unui buget personal, utilizând resursele oferite de platforma LifeLab. Organizându-se în echipe, elevii au analizat diverse

scenarii financiare și au construit bugete lunare adaptate unor situații concrete, clasificând veniturile și cheltuielile în funcție de caracterul lor permanent sau ocazional și de gradul de prioritate. Exercițiul a permis înțelegerea relației dintre resursele disponibile și necesitățile individuale, dar și identificarea unor modalități eficiente de optimizare a cheltuielilor și de constituire a unui fond de economii. Aplicarea regulii **50/30/20** a oferit elevilor un model practic de repartizare echilibrată a veniturilor între cheltuielile esențiale, cheltuielile personale și economii, facilitând înțelegerea principiilor unei planificări financiare responsabile.

Caracterul aplicativ al activității a fost consolidat prin organizarea unor jocuri de rol și studii de caz inspirate din situații întâlnite frecvent în viața adolescenților. Elevii au simulat dialoguri privind negocierea banilor de buzunar, planificarea unor achiziții importante sau gestionarea unor cheltuieli neprevăzute, fiind încurajați să argumenteze deciziile adoptate și să identifice soluții echilibrate. Aceste exerciții au evidențiat faptul că educația financiară nu presupune exclusiv gestionarea cifrelor, ci implică dezvoltarea capacității de comunicare, negociere și asumare responsabilă a deciziilor economice.

În etapa finală, elevii au fost invitați să reflecteze asupra legăturii dintre comportamentul financiar individual și principiile dezvoltării durabile. Discuțiile au evidențiat faptul că planificarea atentă a cheltuielilor și evitarea consumului excesiv contribuie nu doar la echilibrul financiar personal, ci și la utilizarea responsabilă a resurselor și la reducerea risipei, consolidând astfel conexiunile dintre educația financiară și educația pentru dezvoltare durabilă.

Rezultatele activității au demonstrat eficiența utilizării platformei LifeLab în procesul de predare-învățare. Elevii au manifestat un nivel ridicat de implicare, iar caracterul practic al activităților le-a permis să transfere conceptele teoretice în contexte apropiate de propria experiență de viață. Feedbackul oferit la finalul atelierului a evidențiat o mai bună înțelegere a procesului de elaborare a bugetului personal, a importanței economisirii și a rolului planificării financiare în atingerea obiectivelor personale. De asemenea, activitatea a contribuit la dezvoltarea unor competențe transversale, precum gândirea critică, colaborarea, comunicarea eficientă și rezolvarea de probleme.

Experiența desfășurată în cadrul proiectului **LifeLab – Școala de Bani** confirmă faptul că educația financiară produce rezultate semnificative atunci când este fundamentată pe metode interactive, situații autentice de învățare și resurse digitale adaptate intereselor elevilor. Integrarea unor astfel de activități în demersul didactic contribuie la formarea unor tineri capabili să gestioneze responsabil resursele financiare, să adopte decizii economice informate și să manifeste un comportament financiar echilibrat, competențe indispensabile într-o societate aflată într-o continuă schimbare.

---

## **FORMAREA COMPETENȚELOR ANTREPRENORIALE ÎN ERA DIGITALĂ PRIN INTERMEDIUL FIRMEI DE EXERCITIU**

*prof. mentor Luminița HAGIU, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava*

Trăim într-o perioadă în care granițele dintre tehnologie și economie s-au dizolvat aproape complet. Era digitală, intensificată de dinamica ultimilor ani, nu mai reprezintă o simplă proiecție a viitorului, ci realitatea imediată în care operează orice entitate economică. De la automatizarea proceselor repetitive și utilizarea algoritmilor de analiză a datelor, până la migrarea completă a tranzacțiilor în medii virtuale și utilizarea platformelor colaborative de tip Cloud, mediul de afaceri contemporan s-a reinventat din temelii.

În acest context de profundă transformare, sistemul educațional – și în mod deosebit învățământul profesional și tehnic cu profil economic – se află în fața unei decizii strategice: continuarea predării după șabloane administrative tradiționale sau adaptarea agilă a demersului didactic la cerințele unei piețe a muncii digitalizate și globalizate. Generațiile actuale de elevi sunt compuse din nativi digitali; aceștia asimilează informația mult mai rapid prin intermediul tehnologiei



și resping instinctiv metodele rigide, bazate pe memorare sau pe completarea manuală a unor documente redundante.

Adevărata provocare a cadrului didactic modern nu mai este transmiterea de informație, ci **facilitarea experiențelor de învățare aplicate.**

Pentru disciplinele de specialitate din liceele economice, metoda **Firmei de Exercițiu** reprezintă pilonul central al strategiei bazate pe acțiune (*learning by doing*). Cu toate acestea, pentru a-și menține valoarea pedagogică și utilitatea practică, această metodă trebuie extrasă din tiparele birocrăției clasice și transpusă în format digital.

Lucrarea de față își propune să ofere o perspectivă pragmatică și direct aplicabilă la clasă asupra modului în care putem digitaliza Firma de Exercițiu. Prin restructurarea departamentelor (Management, Marketing, Contabilitate și Resurse Umane) cu ajutorul unor instrumente digitale accesibile și gratuite (cum ar fi Trello, Canva, Google Workspace sau platformele de e-commerce), transformăm cabinetul de specialitate într-un veritabil incubator de afaceri digital.

Prin acest demers, nu doar că sporim atractivitatea orelor de curs, dar le oferim elevilor competențele transversale de care au nevoie pentru a deveni antreprenorii și profesioniștii de succes ai societății de mâine.

### PROIECT DE TEHNOLOGIE DIDACTICĂ

- **Disciplina:** Administrarea firmei
- **Clasa:** a XI-a (Profil Servicii / Economic)
- **Unitatea de învățare:** Înființarea și organizarea firmei de exercițiu
- **Tema lecției:** *Etapele de înființare și designul digital al Firmei de Exercițiu*
- **Tipul lecției:** Lecție de dobândire de noi cunoștințe și formare de priceperi și deprinderi practice

- **Locul de desfășurare:** Cabinetul de Firmă de Exercițiu / Laboratorul de Informatică
- **Timp alocat:** 50 de minute

#### Obiective operaționale (ce vor fi capabili elevii să facă până la sfârșitul orei):

- **O1:** Să enumere corect cele 4 etape esențiale ale înființării unei FE (Ideea, Înregistrarea la ROCT, Organigrama, Identitatea vizuală).
- **O2:** Să asocieze departamentele unei firme cu responsabilitățile specifice dintr-o organigramă digitală.
- **O3:** Să utilizeze instrumentul digital *Trello* pentru a deschide primul lor panou de monitorizare a activității.

#### Strategia Didactică

- **Metode și procedee:** Brainstorming, Explicația, Învățarea prin descoperire, Metoda Firmei de Exercițiu, Exercițiul practic asistat de calculator.
- **Mijloace de învățământ:** Calculatoare/laptopuri cu acces la internet, Videoproiector, Platforma *Trello*, Platforma *Wix / Canva*, Ghidul ROCT.
- **Forme de organizare a activității:** Frontală (la început) și pe Grupe de lucru (echipele corespunzătoare viitoarelor firme).
- **Înțeleg perfect!** În practica didactică din România, formatul tabelar este cel mai utilizat și cel mai ușor de urmărit de către inspectori sau colegi la comisiile metodice.
- Iată **Scenariul Didactic** (secțiunea a III-a din proiect) transformat complet într-un format tabelar detaliat, gata de inserat în documentul tău.

#### Scenariul Didactic (Desfășurarea Lecției)



| <b>Etapele Lecției</b>                                      | <b>Timp</b> | <b>Activitatea Profesorului</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>Activitatea Elevilor</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Strategia Didactică</b>                                                                                                                                            | <b>Evaluare</b>                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. Moment organizatoric</b>                              | 2 min       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Salută elevii și notează absențele.</li> <li>- Verifică dacă toate computerele sunt pornite și conectate la internet.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Răspund la salut.</li> <li>- Își pregătesc materialele de lucru.</li> <li>- Se loghează pe computere/laptopuri.</li> </ul>                                                                                                                                                | - Conversația                                                                                                                                                         | - Evaluare organizatorică                                                                                                                                                                                |
| <b>2. Captarea atenției și reactualizarea cunoștințelor</b> | 5 min       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lansează o provocare sub formă de brainstorming:<br/>„Dacă ați avea mâine 5.000 de euro, ce afacere ați deschide în orașul nostru și ce instrumente digitale ați folosi pentru a o face cunoscută rapid?”</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Participă activ la discuție.</li> <li>- Propun idei de afaceri (ex: cafenea, agenție de livrări, magazin online).</li> <li>- Menționează utilizarea rețelelor sociale, a site-urilor web și a plăților online.</li> </ul>                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Brainstorming</li> <li>- Conversația euristică</li> </ul>                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Chestionare orală</li> <li>- Observarea gradului de implicare</li> </ul>                                                                                        |
| <b>3. Anunțarea temei și a obiectivelor</b>                 | 3 min       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Scrie pe tablă titlul lecției: „<i>Etapele de înființare și designul digital al Firmei de Exercițiu</i>”.</li> <li>- Explică pe înțelesul elevilor obiectivele orei, subliniind trecerea de la FE clasică la cea digitală.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Notează în caiete titlul lecției.</li> <li>- Ascultă explicațiile profesorului și își însușesc obiectivele propuse pentru această oră.</li> </ul>                                                                                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicația</li> <li>- Expunerea</li> </ul>                                                                                   | - Evaluare predictivă                                                                                                                                                                                    |
| <b>4. Dirijarea învățării și activitatea aplicativă</b>     | 30 min      | <p><b>A. Ghidaj Teoretic (10 min):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prezintă cele 4 etape legale și metodice de înființare a unei FE conform ROCT.</li> <li>- Explică cum se alege codul CAEN și structura organigramei.</li> <li>- Prezintă platformele digitale ce vor fi folosite (<i>Trello, Canva</i>).</li> </ul> <p><b>B. Lucrul aplicativ pe grupe (20 min):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Împarte elevii pe echipele viitoarelor firme.</li> </ul> | <p><b>A. Însușirea noțiunilor:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Urmăresc prezentarea profesorului și notează pașii principali pe scurt.</li> </ul> <p><b>B. Activitatea pe echipe:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dezbat și stabilesc denumirea firmei și codul CAEN.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicația</li> <li>- Învățarea prin descoperire</li> <li>- Metoda Firmei de Exercițiu</li> <li>- Lucrul pe grupe</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluare formativă continuă pe parcursul lucrului în echipă</li> <li>- Monitorizarea activității de către profesor prin trecerea pe la fiecare grupă</li> </ul> |

|                                              |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                              |                                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                              |       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Solicită alegerea denumirii, a obiectului de activitate și a logo-ului preliminar.</li> <li>- Îndrumă elevii să creeze primul lor panou de monitorizare pe <i>Trello</i> pentru a împărți sarcinile pe departamente.</li> </ul>                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Repartizează rolurile (Manager, Marketing, Contabilitate, HR).</li> <li>- Accesează <i>Canva</i> și schițează prima variantă a logo-ului.</li> <li>- Deschid un cont pe <i>Trello</i>, creează panoul firmei și adaugă listele de sarcini (<i>De făcut, În lucru, Verificare, Finalizat</i>), alocându-le pe membri.</li> </ul> | - Exercițiul practic asistat de computer                                                                                                     |                                                                                                                                                           |
| <b>5. Obținerea performanței și feedback</b> | 7 min | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Solicită liderului/directorului fiecărei echipe din clasă să proiecteze pe ecran panoul <i>Trello</i> și logo-ul din <i>Canva</i>.</li> <li>- Coordonează discuțiile dintre echipe și oferă feedback privind coerența conceptuală (ex: dacă logo-ul se potrivește cu obiectul de activitate).</li> </ul>                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Directorii fiecărei firme proiectează rezultatele.</li> <li>- Prezintă pe scurt ideea de business, rolurile alocate și planul de sarcini din <i>Trello</i>.</li> <li>- Colegii din celelalte echipe pun întrebări și vin cu sugestii.</li> </ul>                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prezentarea digitală</li> <li>- Turul galeriei (virtual)</li> <li>- Dialogul constructiv</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Autoevaluare</li> <li>- Evaluarea reciprocă între echipe</li> <li>- Aprecierea verbală a profesorului</li> </ul> |
| <b>6. Concluzii și tema pentru acasă</b>     | 3 min | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sintetizează activitatea orei și felicită echipele pentru implicare.</li> <li>- Anunță tema: <ul style="list-style-type: none"> <li>1) <i>HR</i>: Să finalizeze în Google Drive fișele de post.</li> <li>2) <i>Marketing</i>: Să definitiveze logo-ul și antetul firmei.</li> <li>3) <i>Director</i>: Să se asigure că sarcinile sunt corect alocate pe <i>Trello</i>.</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ascultă concluziile profesorului.</li> <li>- Notează sarcinile primite pentru ora următoare în funcție de departamentul din care fac parte.</li> </ul>                                                                                                                                                                          | - Conversația de încheiere                                                                                                                   | - Evaluare finală globală                                                                                                                                 |

---

## EXEMPLE DE BUNE PRACTICI ÎN CADRUL TEMEI „BUSINESS ÎN ERA DIGITALĂ – DE LA TRADIȚIONAL LA INOVATOR

### Adaptat pentru elevi – Tehnician în economie / tehnician în turism

*prof. Paraschiva STÎNGACIU, Colegiul Silvic „Bucovina” Câmpulung Moldovenesc*

În era digitală, transformarea afacerilor tradiționale în modele inovative nu mai este doar o opțiune, ci o necesitate. Pentru elevi și cadrele didactice, exemplele concrete de bune practici oferă repere pentru înțelegerea modului în care digitalizarea și inovația pot fi integrate în mediul de afaceri european. Proiectele școlare și simpoziioanele tematice devin astfel instrumente valoroase de învățare experiențială.

#### 1. Integrarea dimensiunii europene în proiectele școlare

Elevii pot învăța cum funcționează piața unică europeană și cum digitalizarea transformă afacerile prin:

##### **Simulări de afaceri europene**

- Crearea unei mini-companii digitale virtuale care operează pe piața europeană, de exemplu un magazin online de produse eco sau un startup fintech.

- Elevii planifică strategii de vânzare, marketing digital și logistică internațională, respectând reglementările UE privind comerțul online și protecția datelor (GDPR).

- Această activitate dezvoltă gândirea strategică și competențele economico-financiare, oferind un cadru practic pentru înțelegerea diferențelor dintre modele tradiționale și digitale.

##### **● Proiecte Erasmus+ și colaborări internaționale**

- Participarea elevilor la proiecte Erasmus+ cu tematică economică le permite să interacționeze cu colegi din alte țări și să analizeze bune practici în domeniul business-ului digital.

- Exemple concrete: compararea unui magazin fizic tradițional din România cu un marketplace digital din Germania sau Olanda.

- Elevii învață să adapteze modele de afaceri europene la contextul local, dezvoltând creativitate și abilități interculturale.

#### 2. Exemple de bune practici din mediul de afaceri digital european

##### **● Transformarea digitală a companiilor tradiționale**

- Companii tradiționale precum lanțuri de retail sau producători locali integrează platforme online pentru vânzări și marketing.

- Exemplu: un magazin de produse artisanale care trece la vânzarea online și ajunge la clienți din Franța sau Italia prin platforme e-commerce și social media.

- Elevii pot simula acest proces în proiectele școlare, comparând costurile, avantajele și provocările trecerii de la tradițional la digital.

##### **● Tehnologii inovatoare în business**

- Implementarea **inteligenței artificiale** pentru analiza comportamentului consumatorilor sau automatizarea proceselor logistice.

- Utilizarea **aplicațiilor fintech** pentru plăți rapide, monitorizarea finanțelor și optimizarea resurselor companiei.

- Elevii pot crea prototipuri de aplicații digitale sau simulări de sisteme AI care optimizează vânzările sau gestionarea stocurilor.

##### **● Marketing digital și prezență europeană**

- Campaniile digitale integrate, folosind social media, SEO și reclame targetate, permit companiilor să se conecteze cu piața europeană.

- Exemplu: un brand local de haine care utilizează Instagram și TikTok pentru a-și promova produsele în Spania și Italia.

- În proiectele școlare, elevii pot crea strategii de marketing digital și studii de piață simulate pentru a observa impactul diferitelor canale online.

#### 3. Bune practici pentru simpozionul despre mediul de afaceri în era digitală

- **Prezentări interactive ale elevilor**

- Elevii prezintă proiecte de tip startup digital sau studii de caz, explicând cum un business tradițional poate deveni inovator.

- Exemple: comparație între un magazin fizic local și un marketplace european digital; analiza costurilor și beneficiilor trecerii la digital.

- **Invitați din mediul de afaceri**

- Antreprenori locali sau europeni care au trecut la modele de business digital pot împărtăși experiențe, provocări și soluții inovative.

- Elevii pot pune întrebări și pot învăța direct de la practicieni, obținând perspective reale despre mediul european de afaceri.

- **Ateliere practice și simulări digitale**

- Workshop-uri în care elevii creează aplicații, platforme e-commerce sau campanii de marketing digital.

- Simulări de decizii economico-financiare într-un mediu virtual, adaptate pentru piața europeană.

#### 4. Impactul acestor bune practici asupra elevilor

Prin aceste exemple, elevii:

- Înțeleg cum digitalizarea transformă afacerile tradiționale și creează oportunități inovatoare.

- Dobândesc competențe europene esențiale în domeniul economic și digital.

- Sunt motivați să își dezvolte propriile idei de afaceri, integrate în mediul digital european.

- Învăț să lucreze în echipă, să comunice eficient și să analizeze informații dintr-o perspectivă critică și practică.

---

## INOVAȚIE DIDACTICĂ ÎN „BIROUL DE ÎNVĂȚARE”: GHID PRACTIC PENTRU FORMAREA COMPETENȚELOR ANTREPRENORIALE LA COLEGIUL ECONOMIC

*prof. Emilia CIOBANU, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava*

Într-o societate aflată într-o continuă dinamică economică, rolul școlii — și în special al catedrei noastre de specialitate — este de a transforma sala de clasă într-un spațiu de simulare a realității din piața muncii. Formarea viitorilor „Tehnicienii în activități economice” nu se mai poate realiza exclusiv la tablă, ci necesită metode active care să le dezvolte elevilor gândirea critică, spiritul de analiză și capacitatea de argumentare independentă.

Materialul de față prezintă proiectul didactic al unei activități de succes desfășurate la clasa a X-a E, în cadrul modulului „Birou de învățare”, sub coordonarea doamnei profesor Emilia Ciobanu. Sub titlul „*Etape ale elaborării planului de afaceri*”, această lecție mixtă (teorie și instruire practică) a demonstrat cum concepte complexe precum analiza de piață, planul de marketing sau planul financiar pot deveni accesibile și captivante pentru elevi.

Folosind metafora provocatoare a „doctorilor de afaceri” și instrumente moderne (aplicații digitale, fișe de lucru de tip puzzle și studii de caz), demersul didactic a reușit nu doar să transmită cunoștințe, ci să schimbe atitudini, transformându-i pe elevi în consultanți capabili să diagnosticheze coerența unui plan de business. Publicăm acest proiect didactic în paginile revistei ca un exemplu de bune practici în proiectarea modernă, un reper de creativitate pedagogică și o dovadă a standardelor înalte de performanță care definesc Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava.

## PROIECT DIDACTIC

ȘCOALA: COLEGIUL ECONOMIC “DIMITRIE CANTEMIR” SUCEAVA MODULUL IV – BIROU DE ÎNVĂȚARE

CLASA: a X-a E DOMENIUL: Economic

SPECIALIZAREA: Tehnician în activități economice

PROFESOR: Ciobanu Emilia

UNITATEA DE ÎNVĂȚARE: Noțiuni generale despre agentul economic

TITLUL LECȚIEI: Etape ale elaborării planului de afaceri

TIPUL LECȚIEI: Lecție mixtă (învățare teoretică + instruire practică)

DATA: 04.12.2025

TIMP NECESAR: 50 min.

LOCUL DE DESFĂȘURARE: Sala I 4

UNITATEA REZULTATULUI ÎNVĂȚĂRII: URÎ 4 Organizarea activității unității economice

Cunoștințe:

4.1.2. Descrierea tipurilor de unități economice după criterii date.

4.1.4. Prezentarea componentelor structurii organizatorice

Abilități:

4.2.2. Diferențierea tipurilor de unități economice, după criterii date.

4.2.5. Stabilirea poziției proprii într-o structura organizatorică dată

4.2.6. Identificarea elementelor de baza a structurii organizatorice: post, funcție, pondere ierarhica, compartiment, nivel ierarhic, relații organizatorice; fișelor de post pe domenii de activitate.

Atitudini:

4.3.2. Argumentarea avantajelor și dezavantajelor diferitelor tipuri de unități economice, într-un mod independent și responsabil.

4.3.3. Asumarea poziției proprii în cadrul unei structuri organizatorice.

4.3.4. Asumarea responsabilității pentru sarcina de lucru în concordanța cu fișa postului

### COMPETENȚE VIZATE:

1. Interpretarea corectă a etapelor unui plan de afaceri.
2. Aplicarea etapelor în contexte problema.
3. Dezvoltarea gândirii critice și a capacității de argumentare.
4. Analizarea coerenței dintre etape într-o situație dată.

### OBIECTIVE OPERAȚIONALE:

Elevii vor putea:

O1 – Să ordoneze logic etapele unui plan de afaceri;

O2 – Să identifice relațiile și dependențele dintre etape;

O3 - Să diagnostice probleme de coerență între etape într-un caz dat;

O4 – Să argumenteze decizii într-o mini-dezbateră de grup;

O5 – Să explice de ce anumite etape sunt esențiale pentru succesul afacerii.

### STRATEGIE DIDACTICĂ:

**METODE ȘI PROCEDEE:** expunerea, brainstorming, conversația, explicația;

**MIJLOACE DE ÎNVĂȚĂMÂNT:** fișe de lucru, tablă, laptop TV, prezentare Power Point

**FORME DE ORGANIZARE A ACTIVITĂȚII:** activitate frontală, activitate individuală.

**FORME DE EVALUARE:** Evaluare continuă de tip formativ-apreciativ, evaluare orală

### BIBLIOGRAFIE:

1. Daniel Bădilă – Economia întreprinderii, Clasa a IX-a, editura Universitatea Lucian Blaga, 2016
2. CDL – Birou de învățare, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava

| Nr. Crt. | Etapetele lecției    | Timp | Conținutul informațional al lecției                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                              | Strategii didactice                                                     |                        |                     | Evaluare |
|----------|----------------------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|------------------------|---------------------|----------|
|          |                      |      | Activitatea profesorului                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Activitatea elevilor                                                                                                                         | Metode și procedee                                                      | Mijloace de învățământ | Forme de organizare |          |
| 1.       | Moment organizatoric | 2'   | Organizarea clasei:<br>Profesorul organizează clasa pentru lecție.<br>Face prezenta.<br>Atenționează elevii asupra modului de desfășurare a lecției mixte (învățare teoretică + instruire practică)                                                                                                                                                                                                       | Elevii colaborează cu profesorul în amenajarea spațiului de lucru<br>Elevii pregătesc materialele necesare pentru lecție și anunță absenții. | Conversația                                                             | Catalog electronic     | Frontală            | -        |
| 2.       | Captarea atenției    | 5'   | Activitate captivantă:<br><br>Profesorul proiectează pe tablă o poză cu un doctor și un antreprenor, apoi întreabă:<br><br>„Ce au în comun un doctor și un antreprenor?”<br><br>Prin ghidare, elevii ajung la ideea că amândoi trebuie să pună un diagnostic corect pentru a rezolva o problemă.<br>Profesorul spune:<br><br>„Astăzi veți fi doctori ai afacerilor. Veți diagnostica un plan de afaceri!” | Analizează, gândesc, răspund la întrebările adresate                                                                                         | Conversația<br>Chestionarea orală,<br>Exercițiu de „Spargere a gheții”. | Laptop, Tv             | Frontală            | -        |

|    |                                                                |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                  |                                                    |                                                    |                                                          |
|----|----------------------------------------------------------------|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| 3. | Anunțarea subiectului și a obiectivelor                        | 3' | Scrie pe tablă titlul lecției<br>Etape ale elaborării planului de afaceri și prezintă obiectivele, utilizând prezentarea Power Point.<br>Comunică clar obiectivele lecției.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Notează titlul lecției în caiete și sunt atenți la obiectivele enunțate.                                                                                                                                                                                                      | Expunerea                                                                        | Tablă<br>Laptop<br>TV<br>Prezentare<br>Power Point | Frontală                                           | -                                                        |
| 4. | Actualizarea cunoștințelor învățate anterior                   | 5' | Actualizarea cunoștințelor se realizează cu ajutorul aplicației Wordwall sau întrebări scurte.<br><br>Oferă explicații suplimentare elevilor, în funcție de răspunsurile date de aceștia. Apreciază modul de lucru și activitatea elevilor.                                                                                                                                                                                                                                                                            | Elevii se implică activ în activitatea dirijată de profesor.                                                                                                                                                                                                                  | Explicația<br>Conversația<br>Brainstorming<br>Explicația                         | Plan de recapitulare                               | Frontală<br><br>Individuală<br>Individuală         | Observarea sistematică<br><br>Observarea sistematică     |
| 5. | Activitatea propriu-zisă de formare de priceperi și deprinderi |    | După încheierea activităților de reactualizare a cunoștințelor au loc activitățile lecției noi.<br>Profesorul va afișa cu ajutorul unei prezentări Power Point etapele elaborării unui plan de afaceri, folosind exemple scurte:<br><input type="checkbox"/> Rezumatul executiv<br><input type="checkbox"/> Descrierea afacerii<br><input type="checkbox"/> Analiza pieței<br><input type="checkbox"/> Planul de marketing<br><input type="checkbox"/> Planul operațional<br><input type="checkbox"/> Planul financiar | Ascultă cu atenție explicațiile profesorului.<br>Elevii notează în caiete schema simplificată.<br>Ascultă cu atenție explicațiile profesorului.<br>Rezolvă fișa de lucru pe baza fișei de documentare.<br>Răspund întrebărilor.<br>Corectează fișa de lucru, dacă este cazul. | Expunerea<br>Conversația<br>Explicația<br>Exercițiul<br>Conversația<br>Expunerea | Fișa de lucru<br>Tablă                             | Individuală<br>Frontală<br>Individuală<br>Frontală | Observare curentă<br>Evaluare orală<br>Observare curentă |



|    |                                            |   |                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                |                          |                 |          |                                                                                       |
|----|--------------------------------------------|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                            |   | <input type="checkbox"/> Anexe<br>Profesorul va afișa cu ajutorul unei prezentări Power Point fișe de lucru:<br>Fișă de lucru 1 – „Consultant pentru o zi – Diagnosticarea unui plan de afaceri”<br>Fișă de lucru 2 – „Puzzle antreprenorial” |                                                                                                                |                          |                 |          |                                                                                       |
| 6. | Fixarea/<br>Evaluarea cunoștințelor        | 7 | Se verifică dacă s-au atins obiectivele lecției, prin întrebări de control.<br>Se realizează o recapitulare rapidă:<br>„Ce etapă vi s-a părut cea mai importantă și de ce?”<br>Apreciază modul de lucru și activitatea elevilor.              | Elevii participă la discuții<br>Ascultă, gândesc și formulează răspunsuri.<br>Ascultă aprecierea profesorului. | Conversația examinatorie |                 | Frontală | Observarea<br>Analiza răspunsurilor<br>Stimularea și evaluarea rezultatelor învățării |
| 7. | Anunțarea și explicarea temei pentru acasă | 3 | Tema elevilor:<br>Alegeți un produs/serviciu real din piață și identificați la ce etape ale planului de afaceri ar putea apărea riscuri (2–3 exemple argumentate).                                                                            | Elevii sunt atenți la explicațiile profesorului și își notează tema acasă.                                     | Explicația               | Caiet de notițe | Frontală |                                                                                       |

---

## EDUCAȚIA FINANCIARĂ ÎN ERA DIGITALĂ: COORDONATE METODOLOGICE ȘI PRACTICE ÎN CADRUL COMPETIȚIEI EUROPENE „EUROPEAN MONEY QUIZ”

*prof. Alina ȘOMÎTCĂ, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava*

În perioada adolescenței, dobândirea unor noțiuni solide de educație financiară reprezintă o necesitate fundamentală pentru formarea viitorilor adulți responsabili, capabili să navigheze într-o economie globalizată și să devină independenți din punct de vedere economic. Școala modernă are rolul de a transcende granițele teoretice ale curriculei clasice și de a propune strategii didactice interactive care să coreleze cunoștințele abstracte cu realitățile cotidiene ale pieței. În acest context conceptual, în cadrul programului internațional „Global Money Week”, la data de 19 martie 2026, s-a desfășurat o activitate extracurriculară și interdisciplinară de amploare, intitulată „EUROPEAN MONEY QUIZ”. Evenimentul a reunit elevii claselor a IX-a C și a IX-a D de la Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava, desfășurându-se în intervalul orar 12:00-13:00 sub coordonarea directă a cadrelor didactice prof. Șomîtcă Alina și prof. Hagi Luminița, beneficiind de sprijinul și aprobarea instituțională a doamnei director, prof. Beșa Mihaela. Având ca partener oficial Asociația Română a Băncilor (ARB), inițiativa s-a configurat ca un parteneriat solid între mediul educațional și cel bancar, menit să sprijine alfabetizarea financiară a tinerei generații.

Dimensiunea aplicată a activității a fost fundamentată pe un scop clar definit: testarea gândirii critice a elevilor, evaluarea obiectivă a cunoștințelor din sfera financiară și stimularea reflexelor de luare a deciziilor strategice sub presiunea timpului. Acest demers s-a realizat prin înscrierea și participarea activă în cadrul celui mai mare concurs de profil de la nivel european, dedicat tinerilor cu vârste cuprinse între 13 și 15 ani.

Pentru operaționalizarea acestui scop, organizatorii au proiectat un set de obiective educaționale complexe:

- Evaluarea aptitudinilor și cunoștințelor deținute de elevi în subdomenii cheie ale economiei contemporane, precum mecanismele de economisire corectă, avantajele și riscurile investițiilor pe termen lung sau scurt, instrumentele de creditare și fundamentele securității cibernetice;

- Antrenarea abilității cognitive de a analiza rapid fluxurile de date și de a adopta decizii financiare optime în condiții de stres temporal;

- Cultivarea unui spirit competitiv constructiv în rândul elevilor și creșterea interesului general față de educația financiară, receptată ca o abilitate esențială de viață (life skill);

- Integrarea organică a tehnologiilor digitale moderne în procesul instructiv-educativ prin utilizarea curentă a platformelor interactive de învățare.

Implementarea eficientă a activității a demonstrat viabilitatea îmbinării metodelor moderne, centrate pe elev, cu instrumentele IT&C de ultimă generație, generând un mediu de învățare augmentat, dinamic și profund captivant. Din perspectivă metodologică, s-a optat pentru utilizarea unui algoritm mixt ce a inclus concursul interactiv în timp real, testarea standardizată pe platforme digitale și tehnica discuțiilor ghidate (dezbatere post-eveniment). Această structură a permis contextualizarea fiecărui item evaluat. Succesul logistic a fost asigurat de valorificarea infrastructurii tehnologice a unității de învățământ, fiind utilizate dispozitivele mobile (smartphone-uri) ale elevilor, o conexiune stabilă la internet de mare viteză, aplicația educațională bazată pe gamificare Kahoot! și tabla inteligentă din dotarea laboratorului de specialitate.

Scenariul didactic a debutat sub forma unei interogații provocatoare, menite să capteze atenția și să contextualizeze efortul viitorilor specialiști în domeniul economic: „Cât de pregătiți sunteți să gestionați resursele într-o lume digitală?”. Răspunzând acestei provocări, elevii claselor a IX-a C și a IX-a D s-au conectat simultan la platforma virtuală Kahoot!, transformând sala de curs, timp de 60 de minute, într-o veritabilă arenă a cunoașterii și efervescenței intelectuale. Întrebările

administrare au acoperit o plajă largă de concepte economice, de la definirea structurală a unei acțiuni bursiere și gestionarea riguroasă a unui buget personal, până la înțelegerea macroanatomică a efectelor inflației asupra puterii de cumpărare.

Punctul culminant al activității, caracterizat printr-un nivel maxim de concentrare și vigilență, a fost reprezentat de secțiunea dedicată securității plăților online și a datelor personale. În acest segment, participanții au fost puși în fața unor scenarii ce simulau capcane financiare din mediul virtual (phishing, fraude cu carduri), fiind nevoiți să aplice cunoștințe de securitate cibernetică pentru a le respinge. Fiecare item a fost urmat de o analiză critică din partea cadrelor didactice coordonatoare, care au argumentat variantele corecte și au corectat erorile de logică economică apărute în timpul răspunsurilor rapide.

Experiența participării la „European Money Quiz” confirmă faptul că utilizarea jocului didactic digital și a competiției în timp real potențează semnificativ curba de învățare, făcând asimilarea conceptelor economice abstracte mult mai atractivă și mai durabilă. Obiectivele fixate inițial au fost atinse în totalitate, fapt demonstrat de feedback-ul pozitiv și de entuziasmul manifestat de elevi. Dincolo de acumularea de cunoștințe teoretice, tinerii au dobândit o viziune pragmatică asupra responsabilității financiare și a managementului riscului digital. Manifestarea a reprezentat un real succes educațional, consolidând statutul de excelență al Colegiului Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava în sfera promovării proiectelor europene cu impact direct asupra inserției sociale și profesionale a elevilor.

---

## **„GHIDAJ TURISTIC – INOVAȚIE ȘI TRADIȚIE ÎN PROMOVAREA JUDEȚULUI SUCEAVA”**

### **Un concurs județean cu deschidere europeană pentru elevii de la domeniul Turism și alimentație**

*prof. Alexandra REINDL, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava*

#### **Argument**

*Educația economico-financiară nu se mai poate preda astăzi izolat de dimensiunea sa europeană și digitală. Uniunea Europeană a construit, în ultimul deceniu, cadre de referință comune — pentru competențele digitale (DigComp) și pentru competențele antreprenoriale (EntreComp) — tocmai pentru ca școlile din toate statele membre să pregătească tinerii după aceleași repere de calitate, indiferent de domeniul de pregătire profesională. Proiectele educaționale locale, atunci când sunt gândite după aceste repere, devin ele însele exemple de bună practică ce merită diseminate în rețelele europene de schimb de experiență, alături de activitățile de formare Erasmus+.*

*Concursul județean „Ghidaj turistic – inovație și tradiție în promovarea județului Suceava” este exact un astfel de proiect: o inițiativă locală, adresată elevilor din domeniul de pregătire profesională Turism și alimentație, care îmbină competențele economico-financiare specifice meseriei (calcul de costuri, analiză de preț, buget de campanie) cu instrumente digitale de ultimă generație, într-un format ce poate fi cu ușurință prezentat ca exemplu de bună practică în orice rețea europeană de proiecte școlare.*

#### **Despre concurs**

Concursul județean „Ghidaj turistic - inovație și tradiție în promovarea județului Suceava” este organizat de Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava, în parteneriat cu Inspectoratul Școlar Județean Suceava, ca proiect educațional de tip concurs județean cu participare indirectă (online). Coordonarea concursului este asigurată de un grup de patru cadre didactice: Reindl Alexandra, Panaite Liliana, Șomîtcă Alina și Hagi Luminița.

Argumentul regulamentului pornește de la o constatare simplă: industria turismului se află într-un proces continuu de digitalizare, iar ghidajul turistic modern presupune, pe lângă transmiterea informației, integrarea aplicațiilor digitale, a tururilor virtuale și a instrumentelor bazate pe inteligență

artificială pentru interpretarea și promovarea patrimoniului turistic. Județul Suceava, cu un potențial turistic deosebit - mănăstiri, tradiții, gastronomie locală -, are nevoie de tineri promotori capabili să îmbine autenticitatea culturală cu tehnologia modernă, iar concursul își propune tocmai formarea acestor competențe, fără a fi necesară prezența fizică la o etapă finală.

Grupul țintă îl reprezintă elevii claselor a IX-a - a XII-a, din licee și colegii cu filieră tehnologică, profil servicii, domeniul de pregătire profesională Turism și alimentație, din județul Suceava. Participarea se face pe echipe de maximum trei elevi, coordonate de maximum două cadre didactice, fiecare unitate de învățământ putând înscrie până la trei echipe.

### ***Cele trei secțiuni ale concursului***

- Secțiunea I - „Smart Tour Designer – Itinerarii bucovinene”: elaborarea unui pachet turistic tematic de trei zile în județul Suceava, cu analiză de preț a pachetului (cazare, transport, bilete de intrare, masă, comision de agenție), optimizarea traseelor pe hărți digitale, traducerea conținutului în două limbi de circulație internațională și crearea unui asistent virtual de tip chatbot; produsul final este o broșură interactivă cu coduri QR.

- Secțiunea II - „Master Chef IA – Gastronomie și nutriție”: crearea unui meniu digital inovator pentru un restaurant cu specific bucovinean, însoțit de o listă de cantități și prețuri (food cost), cu estimarea prin instrumente de inteligență artificială a prețului de vânzare, a adaosului comercial și a pierderilor tehnologice; produsul final este un meniu digital ce include rețete tradiționale prezentate modern.

- Secțiunea III - „Vlogger turistic & IA Avatar”: realizarea unui material video de promovare (Reel / TikTok) de maximum 60 de secunde pentru un obiectiv turistic mai puțin cunoscut din județ, însoțit de un buget de campanie media (cost-per-click, reach estimat) și de utilizarea unui avatar generat prin inteligență artificială.

Se observă că fiecare secțiune include, în mod obligatoriu, o componentă financiară — element esențial pentru un concurs care se revendică din zona educației economico-financiare: elevii nu doar creează un produs turistic sau gastronomic, ci îl și fundamentează printr-un calcul de costuri, o analiză de preț sau un buget de promovare, exersând, în același timp, competențe digitale și de comunicare într-o limbă străină.

### **Dimensiunea europeană a proiectului**

Structura concursului „Ghidaj turistic - inovație și tradiție în promovarea județului Suceava” corespunde, punct cu punct, celor două cadre de referință europene care stau, în prezent, la baza majorității proiectelor de formare și schimb de bune practici finanțate prin programul Erasmus+. Componenta financiară obligatorie a fiecărei secțiuni - analiza de preț, calculul de food cost, bugetul de campanie media - dezvoltă exact competențele descrise de cadrul european al competențelor antreprenoriale EntreComp (transformarea ideilor și oportunităților în valoare, prin planificare financiară realistă). În paralel, utilizarea instrumentelor de inteligență artificială pentru generarea de conținut, optimizarea traseelor turistice sau editarea video corespunde ariilor de competență digitală descrise de cadrul european DigComp, referitor la crearea de conținut digital și la rezolvarea de probleme prin tehnologie.

Această suprapunere nu este întâmplătoare: tot mai multe proiecte Erasmus+ de mobilitate și de parteneriat strategic în domeniul VET (educație și formare profesională) folosesc exact aceste două cadre - EntreComp și DigComp - ca reper pentru construirea activităților de formare. Un concurs local precum „Ghidaj turistic - inovație și tradiție în promovarea județului Suceava” devine, astfel, un instrument concret prin care o unitate de învățământ românească își poate alinia oferta educațională la standardele urmărite în proiectele europene, iar rezultatele lui - broșurile interactive, meniurile digitale, materialele video - pot fi diseminate ca exemple de bune practici în cadrul unor parteneriate Erasmus+ viitoare sau al unor platforme europene de schimb de experiență, cum sunt cele promovate prin eTwinning.

Din această perspectivă, concursul îndeplinește exact rolul pe care secțiunea de față și-l propune: promovarea dimensiunii europene a educației economico-financiare prin proiecte școlare, nu prin import de conținut, ci prin construcție locală, originală, aliniată la standardele europene.

### **De ce este important un astfel de concurs pentru domeniul Turism și alimentație**

- Pregătește elevii pentru o piață a muncii în care ghidul turistic, tehnicianul în gastronomie sau tehnicianul în hotelărie trebuie să stăpânească deopotrivă meseria clasică și instrumentele digitale de promovare, tot mai prezente în industria turismului și a ospitalității.
- Obligă elevii să gândească orice produs turistic sau culinar și din perspectivă economică - cost, preț, buget de promovare -, exersând exact competențele financiare aplicate pe care le va folosi ulterior orice angajat sau antreprenor din domeniu.
- Valorifică patrimoniul turistic, gastronomic și cultural al județului Suceava - mănăstiri, tradiții, produse locale - printr-un limbaj modern, atractiv pentru generația digitală, contribuind la promovarea autentică a zonei.
- Formatul online, cu participare indirectă, elimină barierele legate de distanță și permite implicarea unui număr mare de licee și colegii din tot județul, indiferent de mărimea localității.
- Creează, prin componenta de inteligență artificială folosită etic și creativ, exact premisele unei viitoare colaborări europene: elevi obișnuiți să documenteze, să traducă și să prezinte digital munca lor sunt elevi pregătiți pentru un proiect Erasmus+ de mobilitate sau de parteneriat.

### **Participanții la ediția 2026**

La ediția 2026 a concursului au fost înscrise 21 de echipe, provenite din 6 unități de învățământ din județul Suceava: Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava, Colegiul „Vasile Lovinescu” Fălticeni, Colegiul „Andronic Motrescu” Rădăuți, Colegiul Tehnic de Industrie Alimentară Suceava, Colegiul Silvic „Bucovina” Câmpulung Moldovenesc și Liceul Tehnologic „Vasile Deac” Vatra Dornei. Distribuția echipelor pe secțiuni a fost următoarea: 7 echipe la Secțiunea I - „Smart Tour Designer - Itinerarii bucovinene”, 12 echipe la Secțiunea II - „Master Chef IA - Gastronomie și nutriție” și 2 echipe la Secțiunea III - „Vlogger turistic & IA Avatar”.

Elevii participanți provin din clasele IX–XII și se pregătesc pentru calificările tehnician în turism, tehnician în hotelărie și tehnician în gastronomie, ceea ce confirmă adresabilitatea concursului către întreg spectrul de calificări al domeniului Turism și alimentație. Activitatea elevilor a fost îndrumată de un grup de 14 cadre didactice coordonatoare din cele șase unități de învățământ.

### **Concluzii**

Concursul județean „Ghidaj turistic - inovație și tradiție în promovarea județului Suceava” arată cum un proiect educațional gândit la nivel local - de o singură unitate de învățământ, în parteneriat cu Inspectoratul Școlar Județean Suceava - poate integra, în mod firesc, exact acele competențe economico-financiare, digitale și antreprenoriale pe care le urmăresc și proiectele europene de tip Erasmus+. Prin componenta financiară obligatorie a fiecărei secțiuni, prin utilizarea etică a instrumentelor de inteligență artificială și prin valorificarea patrimoniului turistic și gastronomic local într-un format digital modern, concursul devine un exemplu de bună practică pe care Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava îl poate disemina, cu deplin temei, în rețelele europene de schimb de experiență dedicate educației economico-financiare și învățământului profesional și tehnic.

Felicităm toți elevii și profesorii coordonatori din cele șase unități de învățământ implicate și le urăm succes la finalizarea și evaluarea proiectelor înscrise în această primă ediție a concursului!

### **Bibliografie**

- Cucoș, Constantin, Pedagogie, ediția a III-a, Editura Polirom, Iași, 2014.
- Ionescu, Miron; Bocoș, Mușata (coord.), Tratat de didactică modernă, Editura Paralela 45, Pitești, 2009.
- Toma, Sorin George, Inițiere în afaceri, Editura Universității din București, București, 2015.
- Bocoș, Mușata-Dacia, Instruirea interactivă, Editura Polirom, Iași, 2013.
- Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava, Regulament — Concursul județean „Ghidaj turistic – inovație și tradiție în promovarea județului Suceava”, ediția 2026 (document intern al concursului, transmis unităților de învățământ participante din județul Suceava).

**PROIECT DIDACTIC**  
**SISTEMUL VENITURILOR PUBLICE**  
*prof. Camelia GRUȘCĂ, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava*

**Domeniul de pregătire de bază:** Economic/Tehnician în administrație

**Calificarea profesională:** Tehnician în administrație publică

**Modulul:** M4 – Contabilitatea și fiscalitatea în instituțiile publice

**Unitatea rezultatului învățării:** URÎ13. Înregistrarea evenimentelor și tranzacțiilor în instituțiile publice

**Unitatea de învățare:** Sistemul veniturilor publice

**Titlul lecției:** Descrierea și clasificarea veniturilor publice

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

Rezultate ale învățării:

**Cunostințe:**

*13.1.6. Descrierea sistemului veniturilor și cheltuielilor publice*

**Abilitati:**

*13.2.8. Analizarea veniturilor și cheltuielilor publice*

*13.2.9. Utilizarea algoritmilor de calcul pentru determinarea impozitelor și taxelor:*

**Atitudini:**

*13.3.6. Manifestarea capacității de asimilare, analiză și sinteză a veniturilor și cheltuielilor bugetare.*

*13.3.7. Manifestarea capacității de calcul, asimilare, analiză a impozitelor și taxelor.*

**Obiective operaționale:**

La sfârșitul lecției, elevii vor fi capabili:

O1 - Să definească conceptul de venituri publice și funcțiile acestora în comunitate.

O2 - Să explice diferența dintre impozite, taxe și contribuții.

O3 - Să caracterizeze împrumuturile de stat și veniturile proprii ale societăților ce aparțin statului.

O4 - Să clasifice veniturile publice în funcție de o serie de criterii date.

**Strategii didactice:**

**Metode și procedee:** conversația, expunerea, explicația, Metoda Cubul, Turul Galeriilor

**Mijloace de învățământ:** Fișe de lucru, markere, tabla interactivă, TV, laptop, Google Presentation

**Moduri de organizare a activității:** frontal, pe grupe a câte 4-5 elevi

**Forme de evaluare:** evaluare orală și evaluare formativă prin observare sistematică și apreciere verbală

| Etapela<br>lecției                | T<br>i<br>m<br>p | Activitatea profesorului                                                                                                        | Activitatea elevilor                                                                         | Strategie didactică   |                           |                                         | Eval<br>uare |
|-----------------------------------|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|---------------------------|-----------------------------------------|--------------|
|                                   |                  |                                                                                                                                 |                                                                                              | Metode și<br>procedee | Mijloace de<br>învățământ | Forme de<br>organizare<br>a activității |              |
| 1.<br>Moment<br>organizat<br>oric | 2<br>,           | Salutul, scurtă conversație de acomodare, verificarea prezenței și a mijloacelor didactice necesare desfășurării activităților. | Răspund la salut.<br>Sunt atenți la explicațiile profesorului<br>Se pregătesc pentru lecție. | Conversația           | Catalog                   | Frontală                                | -            |

|                                                                                   |             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                        |                                                                 |                                        |                    |                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------|--------------------|------------------------------------------------|
| 2.<br><i>Captarea atenției</i>                                                    | 3<br>,      | Pentru captarea atenției și “spargerea gheții” profesorul adresează următoarea întrebare: ”Ce s-ar întâmpla dacă statul nu ar mai încasa impozite timp de o lună?”                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Elevii răspund și dau exemple de situații reale.                                       | Joc de “spargere a gheții”                                      |                                        | Frontal Individual | -                                              |
| 3<br><i>Precizare a conținutului, obiectivelor și a planului de recapitulare.</i> | 3<br>,      | Prezintă titlul lecției:<br>Recapitulare – “Descrierea și clasificarea veniturilor publice”.<br>Precizează obiectivele operaționale.<br>La sfârșitul lecției, elevii vor fi capabili:<br>O1 - Să definească conceptul de venituri publice și funcțiile acestora în comunitate.<br>O2 - Să explice diferența dintre impozite, taxe și contribuții.<br>O3 - Să caracterizeze împrumuturile de stat și veniturile proprii ale societăților ce aparțin statului.<br>O4 - Să clasifice veniturile publice în funcție de o serie de criterii date.<br>Prezintă planul de recapitulare anunțat din ora precedent.<br><br>Link Google presentation - TV:<br><a href="https://docs.google.com/presentation/d/101XKVokoAUb2O6xOKHqL7vOI8W7oeNPZXpKTqHIVDWw/edit?slide=id.g3c7927d18c6_0_13#slide=id.g3c7927d18c6_0_13">https://docs.google.com/presentation/d/101XKVokoAUb2O6xOKHqL7vOI8W7oeNPZXpKTqHIVDWw/edit?slide=id.g3c7927d18c6_0_13#slide=id.g3c7927d18c6_0_13</a> | Își iau notițe pe caiete.<br><br>Ascultă cu atenție obiectivele transmise de profesor. | Expunerea<br><br>Explicația                                     | Google presentation<br>TV<br>Caiete    | Frontală           | -                                              |
| 4.<br><i>Recapitularea, sistematizarea și sinteza cunoștințelor</i>               | 3<br>5<br>, | Prezintă modul de desfășurare a lecției și anume: le arată un cub ce conține pe fiecare fațetă unul din verbele:<br><b>1. Descrie:</b> Descrieți funcțiile finanțelor publice și precizați care sunt organele de control financiar din țara noastră.<br>Câte tipuri de control cunoașteți?<br><b>2. Compară:</b> Comparați impozitele și taxele.<br>Asemănări și deosebiri.<br><b>3. Asociază:</b> Asociați termenii din coloana A, care corespund afirmațiilor din coloana B.<br><b>4. Analizează:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Ascultă cu atenție explicațiile profesorului.                                          | Expunerea<br><br>Metoda Cubul<br><br><br>Explicația Conversația | Cubul<br><br><br>Fișe de lucru Markere | Frontală           | Observare curentă<br><br><br>Observare curentă |



|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  |  |  |                                              |                       |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|----------------------------------------------|-----------------------|
|  | <p>1. Analizați următoarele trăsături ale impozitelor:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- au un caracter obligatoriu</li> <li>- se acordă cu titlu nerambursabil</li> <li>- fără contraprestație directă din partea statului.</li> </ul> <p>2. Analizați clasificarea veniturilor publice:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- venituri ordinare</li> <li>- venituri extraordinare</li> </ul> <p>Cerințe:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- criteriul de clasificare</li> <li>- când apar</li> <li>- exemple</li> </ul> <p><b>5. Aplică:</b> Extrageți din materialul anexat "Hotărâre privind concesionarea prin licitație publică a obiectivului Patinoar Artificial Suceava", următoarele informații:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- concedent:</li> <li>- obiectivul concesionat:</li> <li>- perioada contractului de concesiune:</li> <li>- redevența anuală (preț de pornire):</li> <li>- termenele de plată:</li> </ul> <p><b>6. Argumentează:</b> Precizați și argumentați rolul pe care îl îndeplinesc impozitele în plan financiar, economic și social.</p> <p>Împarte clasa în 6 grupe și solicită fiecărei grupe să-și desemneze un reprezentant. Acesta va arunca cubul și va primi sarcina de lucru. Distribuie fiecărei grupe fișa de lucru aferentă sarcinii indicate pe cub.</p> <p>Prezintă fișele de lucru (Anexa 2) și oferă indicații. Solicită elevilor să citească cu atenție cerințele și apoi să rezolve fișa.</p> <p>Profesorul are în vedere buna desfășurare a activității și răspunde întrebărilor elevilor, dacă este solicitat.</p> <p>La finalul activității, solicită fiecărui reprezentant să prezinte în fața clasei rezolvarea fișei alocate echipei sale.</p> |  |  |  | <p>Pe grupe</p> <p>Pe grupe<br/>Frontală</p> | <p>Evaluare orală</p> |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|----------------------------------------------|-----------------------|

|                                           |     |                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                        |                                                      |        |          |                   |
|-------------------------------------------|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|--------|----------|-------------------|
|                                           |     | Fișele vor fi expuse în fața clasei, astfel încât să poată fi studiate și de ceilalți elevi. Scoate în evidență cele mai importante aspecte ale recapitulării.               | Reprezentantul fiecărei grupe va prezenta celorlalți colegi conținutul fișei și rezolvarea acesteia.<br><br>Elevii din bănci ascultă cu atenție prezentările fiecărei grupe de lucru. Aduc completări dacă este cazul. | Expunerea<br><br>Conversația<br><br>Turul galeriilor |        |          |                   |
| 6. Concluzii și realizarea feed-back-ului | 5 , | Apreciază munca de echipă și activitatea elevilor, face recomandări.<br><br>Oferă feed-back pozitiv care contribuie la motivarea elevilor.                                   | Ascultă atenți recomandările.                                                                                                                                                                                          | Expunerea                                            | -      | Frontală | Apresiasi verbală |
| 7. Retenția                               | 2 , | Profesorul transmite tema pentru acasă: realizarea hărții conceptuale <i>Clasificarea veniturilor cuprinse în bugetul de stat</i> , folosind aplicațiile Google sau MindMap. | Notează tema.                                                                                                                                                                                                          | Expunerea                                            | Caiete | Frontală | -                 |

### Bibliografie:

Capotă, Vasile, Dinescu, Mirela Nicoleta– Finanțe și fiscalitate, Manual pentru clasele a XI-a și a XII-a, Editura Akademos Art, 2007

Hangan, Daniela, Tudor, Mihaela, D. Alamîie – Finanțe și fiscalitate, Manual pentru clasa a XI-a, Editura CD Press, 2006

Vonea, Răzvan – Contabilitatea evenimentelor în administrație, Editura OscarPrint, București, 2016

Curriculum pentru clasa a XI-a

[www.alegetidrumul.ro](http://www.alegetidrumul.ro)

[www.primariasv.ro](http://www.primariasv.ro)

## COSTUL MATERIALELOR PROMOTIIONALE PENTRU FIRMA DE EXERCITIU

prof. Liliana PANAITE, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava

### SCOP

De a-i deprinde pe elevi cu gestionarea eficientă a resurselor financiare ale firmei, trecând de la simpla alegere creativă a unor materiale promoționale la calculul rentabilității acestora și la integrarea lor corectă în bugetul de cheltuieli. Orice material promoțional este un instrument de marketing care trebuie să aducă un beneficiu măsurabil. Scopul este ca elevii să nu mai aleagă materiale „pentru că arată bine”, ci

|                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                         | pe baza unui echilibru între cost și impactul asupra vânzărilor.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| TEMA DIN PROGRAMĂ ȘCOLARĂ/CURRICULUM PENTRU EDUCAȚIA TIMPURIE LA CARE POATE FI APLICATĂ | Modalități de promovare a identității vizuale la nivel de firmă<br>M1 Administrarea firmei - LT                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| GRUPUL ȚINTĂ                                                                            | Elevi din clasa a XI a, asociați într-o firmă de exercițiu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| NIVEL DE DIFICULTATE                                                                    | Mediu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| LOCUL DE DESFĂȘURARE                                                                    | Atelier de practică - Firmă de exercițiu (FE)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| FORMA DE ORGANIZARE A ACTIVITĂȚII                                                       | Activitate individuală și pe grupe, cadrul didactic în calitate de moderator                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| MATERIALELE NECESARE                                                                    | foi, cartoane colorate, markere, fișe de documentare, fișa de lucru, tabla interactivă, laptop-uri                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| TIMPUL NECESAR                                                                          | 50 min                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| RESURSE                                                                                 | Ștefănescu, M., <i>Ghidul firmei de exercițiu: Cea mai bună practică!</i> , Ed. Didactică și Pedagogică, București, 2012<br>Crețu, I., Dascălu, D. <i>Secretul banilor</i> , Ed. Corint Educational, București, 2023                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| CE VA ÎNVĂȚA / CE VA ȘTI SĂ FACĂ ELEVUL LA SFÂRȘITUL ACTIVITĂȚII                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Să identifice tipurile de materiale promoționale necesare în funcție de bugetul disponibil.</li> <li>- Să calculeze costul unitar și costul total al unui pachet de materiale promoționale.</li> <li>- Să găsească soluții pentru materiale promoționale necesare participării la un târg, în concordanță cu bugetul firmei</li> <li>- Să decidă oportunitatea unei achiziții pe baza analizei cost-beneficiu.</li> </ul>                                                      |
| DESCRIEREA ACTIVITĂȚII PAS CU PAS                                                       | <p><b>Pasul 1.</b> Timp de lucru - 5 minute.</p> <p>Profesorul prezintă tema și obiectivele lecției.</p> <p><i>Exercițiu de spargere a gheții:</i> Materialele promoționale, în contabilitatea firmei, nu sunt investiții pe termen lung, ci cheltuieli necesare pentru a genera vânzări. Ele trebuie bugetate corect pentru a nu afecta fluxul de numerar (cash-flow).</p> <p>Este esențial ca elevii să înțeleagă diferența de preț:<br/>Comandă 10 pixuri: 5 lei/bucată.<br/>Comandă 500 pixuri: 1,5 lei/bucată.</p> |

Întrebare financiară: Merită să blocăm banii în 500 de pixuri acum, sau cumpărăm mai puține și mai scumpe pentru a păstra lichiditatea?

Se trece apoi la analiza necesităților (5 min)

Elevii se impart pe echipe. Se propune o listă de material necesare în firma de exercițiu (ex: flyere pentru târg, mape pentru contracte, insigne).

**Pasul 2.** *Timp de lucru - 15 minute*

Elevii sunt împărțiți în echipe și primesc **sarcina de lucru**.

*Fiecare grupă primește un Buget de promovare de 1.000 lei.*

*Elevii trebuie să aleagă un mix de materiale dintr-un „Catalog de prețuri” (estimative): Flyere (set 100 buc): 80 lei; Mape personalizate (buc): 12 lei; Pixuri cu logo (set 50 buc): 150 lei; Roll-up (banner): 250 lei*

*Se solicit calculul Impactului în Preț: Problema de calcul: Firma vinde 100 de unități dintr-un produs. Dacă ați cheltuit 1.000 lei pe materiale promoționale, cu cât trebuie să crească prețul fiecărui produs pentru a acoperi această cheltuială?*

*Adaos\_promovare = Cost Total Materiale / Număr Produse Vândute*

Prezentarea rezultatelor:

- cadrul didactic solicită grupurilor de elevi să prezinte liber soluțiile găsite menționând că rezolvarea trebuie realizată pe tabla interactivă;
- se precizează, de asemenea, faptul că unul dintre membrii fiecărei echipe va avea rolul de lider.

**Pasul 3.** *Timp de lucru - 15 minute*

Pentru a integra educația financiară în procesul de realizare a materialelor promoționale, profesorul va muta atenția elevilor de la „ce obiecte ne plac” la „ce obiecte ne permitem și cum ne aduc ele profit”. Iată componentele specifice de educație financiară pe care elevii trebuie să le aplice în cadrul Firmei de Exercițiu:

1. Distincția între nevoi și dorințe (Analiza de necesar)

Înainte de a comanda materiale, elevii trebuie să justifice financiar fiecare alegere. *Dorință*: „Vrem hanorace personalizate pentru toată echipa pentru că arată cool.” *Nevoie*: „Avem nevoie de 50 de mape pentru a prezenta contractele clienților la târg, deoarece acest lucru crește rata de semnare cu 20%.”

Concept financiar: Costul de oportunitate (dacă dăm banii pe hanorace, ce altă investiție mai productivă pierdem?).

2. Calculul costului unitar și Pragul de rentabilitate

Elevii nu trebuie să vadă doar prețul total (ex: 500 lei), ci impactul per produs vândut. *Exercițiu*: Dacă realizăm 100 de broșuri care costă în total 400 lei, fiecare broșură costă 4 lei. *Aplicație*: Dacă firma vinde un serviciu de 100 lei, iar rata de succes a broșurii este de 1 la 10, înseamnă că pentru fiecare vânzare am cheltuit 40 lei pe promovare

Întrebare: Mai este profitabilă vânzarea după ce scădem acest cost?

### 3. Analiza de piață și metoda celor 3 oferte

Educația financiară presupune responsabilitatea cheltuirii banilor firmei. *Sarcina practică:* Elevii trebuie să identifice 3 furnizori diferiți de materiale promoționale și să realizeze un tabel comparativ.

Criterii de selecție: Nu doar prețul cel mai mic, ci și termenele de plată (ex: plata la 30 de zile ajută lichiditatea firmei) și calitatea (un material ieftin care se strică repede este o investiție proastă).

### 5. Bugetarea și monitorizarea cheltuielilor

Realizarea materialelor trebuie să se încadreze în Bugetul de Marketing aprobat.

Dacă producția de roll-up-uri a costat cu 15% mai mult decât am estimat, de unde tăiem costurile pentru a echilibra balanța?

Elevii sunt implicați active în dezbateri și calculi necesare.

### Pasul 4. Timp de lucru - 10 minute

- fiecare echipă primește fișa de lucru *Eficiență și rentabilitate*

*în alegerea materialelor promoționale. Se oferă recomandări de completare.*

- elevii care au rolul de lider vor prezenta rezultatele obținute

- se compară rezultatele obținute și se stabilește variantă optimă de costuri.

### Pasul 5. Evaluare și feed-back - 5 min

Profesorul coordonează activitatea elevilor, face aprecieri și răspunde la întrebări.

Solicitare din partea profesorului: „ **Evaluare (Auto-reflexie):**

*„Am ales aceste materiale deoarece am considerat că raportul dintre costul de producție și imaginea creată va influența pozitiv profitul net al firmei noastre...”.*

*Argumentați.*

## NOȚIUNI/ TERMENI DE EDUCAȚIE FINANCIARĂ

Investiții, costul de oportunitate, vânzări, rentabilitate, piață, eficiență, sustenabilitate financiară

## FIȘĂ DE LUCRU Eficiență și rentabilitate în alegerea materialelor promoționale

### I. Alegerea canalului de promovare

Firma de exercițiu participă la un Târg Virtual și are un buget de promovare de **400 LEI**. Trebuie să decideți între două strategii de branding vizual. Analizați tabelul de mai jos:

| Strategia A: „Impact în Masă”<br>(Low-Cost)           | Strategia B: „Exclusivitate”<br>(Premium)                                |
|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| <b>Material:</b> 1.000 de flyere simple, alb-negru.   | <b>Material:</b> 20 de mape de prezentare din carton lucios, Full-Color. |
| <b>Cost Total:</b> 350 Lei                            | <b>Cost Total:</b> 380 Lei                                               |
| <b>Obiectiv:</b> Să afle cât mai mulți oameni de noi. | <b>Obiectiv:</b> Să convingem 5 clienți mari (B2B).                      |
| <b>Risc:</b> 90% din flyere ajung la gunoi nescanate. | <b>Risc:</b> Dacă nu găsim clienți mari, investiția e irosită.           |

### Cerință:

1. Calculați Costul per Contact (CpC) pentru fiecare strategie (împărțiți costul total la numărul de materiale).
  - CpC Strategia A: \_\_\_\_\_ lei / contact.
  - CpC Strategia B: \_\_\_\_\_ lei / contact.

### II. Exercițiu de gestiune:

Identitatea vizuală a unei firme poate genera costuri neprevăzute. Identificați care dintre variantele de mai jos este mai sustenabilă financiar pe termen lung:

- Varianta 1: Siglă cu fundal negru complet și text auriu.
- Varianta 2: Siglă cu linii fine, pe fundal alb.

Analiză financiară: Dacă trebuie să printați 500 de facturi și contracte la imprimanta firmei, care variantă consumă mai mult toner (consumabil)?

- Alegerea: Varianta \_\_, deoarece reduce cheltuielile cu materialele de birou cu aproximativ \_\_\_\_%.

### III. Aplicabilitate legală

Sunteți pe punctul de a trimite la tipar 200 de tricouri cu sloganul firmei. Un coleg observă că sloganul este aproape identic cu cel al unei firme reale celebre.

Simulare de risc:

- Costul înregistrării la OSIM: 1.200 Lei.
- Amenda minimă estimată pentru încălcarea mărcii: 5.000 Lei + confiscarea tricourilor.

Întrebare: Este mai rentabil să riscați și să printați tricourile sau să amânați campania pentru a modifica sloganul? Argumentați folosind conceptul de Management al Riscului:

.....  
 .....

### IV.

Completați tabelul pentru materialul promoțional ales de echipa voastră:

| Indicator                                         | Valoare / Descriere |
|---------------------------------------------------|---------------------|
| Investiție inițială (Lei)                         |                     |
| Durata de viață a obiectului ( exprimată în luni) |                     |
| Valoarea percepută (leftin/Mediu/Premium)         |                     |
| Sursă finanțare (Venituri proprii / Credit)       |                     |