



Erasmus+



SECȚIUNI / CRITERII de evaluare

TÂRGUL NAȚIONAL al FIRMEI DE EXERCIȚIU

Colegiul Economic "Dimitrie Cantemir" Suceava

Centru de resurse firma de exercițiu NE

18.04.2016

„STUDENTS OF TODAY, THE ENTREPRENEURS OF TOMORROW !”

1. Criterii evaluare competiția prezentare (PPT)

Nr. Crt.	Criterii	Detaliiere criteriilor
1.	Structura prezentării 20 p.	Slide- uri concentrate (max.15-16 slide- uri, conținutul este util, incitant și inovator), încadrarea în 5 minute;
		Există introducere, cuprins și încheiere,
		Originalitate în alegerea prezentării,
2.	Elemente componente 20 p.	Numele firmei, Sigla, Motto, Obiect de activitate, Organigrama, Oferta de produse/servicii, Oferta specială, Adresa de contact
3.	Forma prezentării 20 p.	Expunere și argumentare (limbaj de specialitate, capacitate de sinteză, de analiză, argumentare, expresivitatea prezentării etc.); prezentarea este atractivă
4.	Limbajul și stilul 20 p.	Folosirea maximă a vizualului și auditivului; Imagini cu impact în prezentare, puternice, clare, adecvate, originale.
5.	Efecte speciale 20 p.	Folosirea ideii de multimedia (orice element poate susține ce se spune: imagini puternice, grafice, mișcare, contururi, titluri, marcaje, highlight- ere); Dinamism



Erasmus+



TOTAL

100 PUNCTE

ENTREE4FUTURE

2. Criterii de evaluare a standului firmei de exercițiu

Nr. Crt.	Criterii	Detaliere criterii
1.	Prezentarea standului 30 p.	Înfățișarea standului, soluția etalării produselor în stand, inspiră încredere, originalitate, creativitate, atrage atenția;
		Identificarea elementelor firmei de exercițiu: numele firmei, logo-ul, motto-ul, catalog, fluturași, pliante, mostre de produse, sigla, denumirea, sediul și domeniul de activitate al expozantului, mijloace grafice, diagrame, scheme, filme etc.;
		Materialele folosite, aranjamentul coloristic al standului, oferă crearea unei imagini cât mai favorabile, sugestive, reținută cu ușurință de vizitatori;
		Este relevant obiectul de activitate, se folosesc eficient spațiul și resursele, iluminatul este corespunzător, echilibrat;
		Tematica evenimentului este relevantă la stand, în interiorul standului, vizitatorul identifică rapid, fără asistență, a domeniului de informații pe care îl vizează.
2.	Materiale promoționale 30 p.	Materialele publicitare sunt sub diferite forme, concepute și realizate de către elevi;
		Originale, atractive, conțin culorile firmei;
		Calitatea și cantitatea materialelor suficientă, aranjarea materialelor le face accesibile;
		Informațiile oferite sunt suficiente, detaliate, convingătoare;
3.	Utilizarea mijloacelor audio-video 10 p.	Un nivel scăzut al volumului sunetului și luminii pentru a nu deranja persoanele prezente la stand ori alte activități desfășurate concomitent;
		Prezentările să fie cât mai scurte, concise;
		Să fie utilizate ca o componentă integrantă a discuțiilor la stand;



Erasmus+



Nr. Crt.	Criterii	Detaliere criterii
4.	Profesionalism și serviabilitate 30 p.	<p>Bun cunoscător a caracteristicilor produselor;</p> <p>Personalul la stand denotă prezență de spirit, competență, eficiență, inspiră încredere, este instruit temeinic;</p> <p>Personalul are înfățișare plăcută, agreabilă, mânători iscusiți ai tehnicilor de public relations și negocieri;</p> <p>Vestimentația personalului este îngrijită, curată, cu jachetă și cravată la gât, purtând ecuson cu numele persoanei, sigla și denumirea firmei de exercițiu;</p> <p>Realizează evidența vizitatorilor și a conținutului discuțiilor cu vizitatorii;</p>
		<p>Există spațiu amenajat pentru negociere;</p> <p>Crearea atmosferei de ospitalitate: oferirea de gustări, cafele, băuturi răcoritoare;</p> <p>Curățenia la stand.</p>
TOTAL		100 PUNCTE

3. Criterii evaluare competiția **Vânzător(negociator)** din firma de exercițiu

Nr. Crt.	Criterii	Detaliere criterii
1.	Stabilirea contactului 10 p	<p>Salutul: tonul folosit să fie puternic, primitor, limbaj clar;</p> <p>Contactul să fie stabilit de client/personal, prezentarea funcției și poziției în firma de exercițiu printr-o afirmație sobră asupra disponibilității de a i se oferi informațiile despre anumite produse;</p>
2.	Ținută 6 p.	Vestimentație unitară, accesorii, frizură adecvată, însemnele firmei existente;
3.	Limbaj 10 p.	Limbaj de specialitate, fără repetări de cuvinte, fără cuvinte de umplutură, formulări scurte;
4.	Cunoștințe	Poate să dea informații complete despre produse;



Erasmus+



Nr. Crt.	Criterii	Detaliere criterii
	despre produs 20 p.	Investigarea nevoilor, abilitatea de a perfecta vânzările; Să știe să răspundă la întrebările suplimentare; Să știe să găsească produsele în catalog;
5.	Prelucrarea documentelor 20 p.	Facturi întocmite corect, fără greșeli de calcul, este posibilă și facturarea în euro;
6.	Realizarea vânzării 10 p.	Încheierea vânzării – perfectarea actelor de vânzare-cumpărare în condiții de succes;
7.	Abilități de negociere 10 p.	Tehnica întrebărilor este utilizată cu succes, foarte convingător pentru a identifica motivațiile vizitării standului, observațiile cu caracter critic, sugestiile sale, scopul vizitei; Evitarea categorică a insistenței exagerate asupra susținerii unui anumit punct de vedere sau a unei anumite motivații; Prețurile și caracteristicile produselor sunt bine argumentate;
8.	Completarea OP-uri 8 p.	OP-urile întocmite corect, fără greșeli de calcul, este posibilă și facturarea în euro;
9.	Comportamentul după vânzare 6 p.	Exprimare sinceră a grațitudinii; Înscrierea în registrul de evidență, a numelui vizitatorului, denumirii și adresei firmei de exercițiu pe care o reprezintă, conținutul pe scurt al discuției și al celor convenite cu vizitatorul pentru a se trece la urmărirea și concretizarea acestora.
TOTAL		100 PUNCTE



Erasmus+



ENTRE4FUTURE

4. Criterii de evaluare a paginii WEB a firmei de exercițiu

Nr. Crt.	Criterii	Detaliere criterii
1.	Elemente de identificare a FE 36 p.	<p>Numele firmei, logo-ul, motto-ul, ofertă, sigla, listă de prețuri, organigrama, date contact, noutăți, situare geografică;</p> <p>Elementele așezate în pagină să fie scoase în evidență în mod clar, legătura dintre elemente să fie subliniată și evidentă, text structurat;</p> <p>Elementele grafice, culori folosite, fotografiile să fie de calitate, clare, explicate în comentarii;</p> <p>Să existe legătură între teme, oferta de informații departajată de domeniul de navigație;</p>
2.	Navigare 35 p.	<p>Pagina se încarcă rapid, revenirea la pagina de start se face cu un click pe o siglă animată de pe fiecare pagină;</p> <p>Elementele de navigare să fie clare, explicite; se oferă un ghid „al site-ului”;</p> <p>Câmpul de navigare să fie în permanență disponibil și vizibil;</p> <p>Link-urile să poată fi ușor identificate și accesate, se deschid în aceeași fereastră;</p> <p>Se indică data la care s-a efectuat ultima actualizare;</p>
3.	Grafica 15 p.	<p>Originalitate;</p> <p>Apelarea diferitelor pagini se face în mod consecvent;</p> <p>Elementele de navigare și cele grafice să fie așezate în același loc pe pagină;</p> <p>Există un forum de discuții/funcție de chat, chestionare on-line, aplicație e-commerce;</p> <p>Paginile dispun de o configurație grafică unitară, să poată fi citită și în alte limbi;</p>
4.	Cumpărături on-line 14 p.	<p>Ofertantul este identificat clar cu denumirea firmei, adresă, număr de telefon, eventual persoană de contact (cod fiscal, etc.);</p> <p>Se confirmă prin email fiecare comandă primită și termenul de livrare. Ofertele se formulează în limba țării clientului;</p>



Erasmus+



Nr. Crt.	Criterii	Detaliere criterii
		Prețul de vânzare al produselor oferite este vizibil; se specifică costurile suplimentare; modalitatea de plată să fie facilă și sigură.
TOTAL		100 PUNCTE

5. Criterii evaluare **catalog** firmă de exercițiu:

Nr. Crt.	Criterii	Detaliere criterii
1.	Componente esențiale 40 p.	denumire firmă, slogan, siglă, prezentarea firmei, prezentarea echipei, organigramă, programul zilnic;
		ofertă, structurată pe principalele grupe de produse și servicii, formular de comandă, listă de prețuri, cod;
		Cuprins, Logo-ul, date de contact: adresa, e-mail, telefon/fax;
2.	Organizare eficientă 30 p.	Succesiunea părților componente, numerotarea paginilor, accesibilitate, folosirea eficientă a spațiului fără compromiterea esteticii.
		Prezentarea produselor, lista de coduri, accesibilitate;
		Limbaj clar, corespunzător, gramatică și ortografie corectă;
		Folosirea spațiului, fără a compromite estetica;
3.	Prezentare artistică, estetică 30 p.	Culori, creativitate, formă, manufacturare, corelare cu obiectul de activitate, originalitate;
		Structură adecvată și profesionistă, complexitatea elementelor grafice, designul excepțional și bine executat, catalog cu aspect deosebit.
TOTAL		100 PUNCTE

6. Criterii evaluare spot publicitar firmă de exercițiu:



Erasmus+



6.	Cel mai bun spot publicitar 100 p	Structura prezentării 30 p: decorul, personajele, coloana sonoră, textul, regia, scenariul; Elementele de identificare ale firmei 30 p: nume, slogan, ofertă, date de contact; Prezentarea artistică 20 p: creativitate, originalitate; Performanța tehnică 20 p: calitatea imaginii, montaj, sunet, efecte, lumini.
----	--	---

7. Criterii de evaluare CEA MAI BUNĂ FIRMĂ - FE care obtine punctajul cel mai mare prin insumarea punctajelor de la sectiunile de mai sus

MULT SUCCES !