

SIMULATION FOR ENTREPRENEURSHIP

Seminar internațional



Programme: Erasmus+
Action: Ka2 - Cooperation and Innovation for Good
Strategic Partnerships for vocational education and training
Project Title: Simulation for entrepreneurship
Project Acronym ENTRE4FUTURE
2014-1-RO01-KA202-002759

Project partners:

- ROMANIA** - Economic College
Dimitrie Cantemir Suceava - project Coordinator
- AUSTRIA** - International Business
College Hetzendorf - Vienna
- SPAIN** - vetschool La Salle - La Seu d'Urgell -
Catalonia
- PORTUGAL** - The School of Accounting and
Administration of Porto - ISCAP
- DENMARK** - Business Academy South West
(ASV) - National Innovation Center - ESBJERG
- CYPRUS** - Paphos Chamber of Commerce
and Industry
- ROMANIA** - Chamber of Commerce and
Industry Suceava



ISBN 978-973-0-21439-0

Ediție DVD-ROM

Suceava, 2016



ERASMUS+
K2—Cooperation and Innovation for Good Practices
Strategic Partnerships for vocational education and training
Project Title: Simulation for entrepreneurship (ENTRE4FUTURE)
2014-1-RO01-K202-002759
Centrul de resurse NE- Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava

Eveniment de multiplicare

SIMULATION FOR

ENTREPRENEURSHIP

Seminar internațional



Suceava, 19 aprilie 2016

Revista
SIMULATION FOR ENTREPRENEURSHIP

Colectivul de redacție

COORDONATOR PROIECT
Prof. Carmen-Constanța Cheaburu

EDITOR
Prof. Mihaela Beșa

TEHNOREDACTARE COMPUTERIZATĂ
Prof. Mihaela Beșa

LAYOUT
Informatician Mihai Petriuc

Autorii articolelor sunt responsabili pentru conținutul articolelor din revistă.

Editat și publicat de
Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava
Str. prof. Leca Morariu, nr. 17 A, cod 720174
tel. 0230-520462 fax. 0230-520462
e-mail: economic.suceava@yahoo.com
<http://www.cedcsv.ro>

ISBN 978-973-0-21439-0

EDIȚIE DVD-ROM

Cuprins

Elevii de astăzi - antreprenorii de mâine	8
Good practice guide "Simulation for entrepreneurship"	12
Curricula "Birou de învățare" (modalitate inovativă de abordare a disciplinelor economice) - produs final al proiectului	14
Curriculum "Learning office"	18
SECȚIUNEA 1	
1.1 LEARNING THROUGH "SIMULATED ENTERPRISE"	27
1.2. DEVELOPING ATTITUDES THROUGH EDUCATIONAL PROJECTS	32
1.3. NECESITATEA DIDACTICILOR ALTERNATIVE ÎN ACTIVITATEA DE PREDARE-ÎNVĂȚARE-EVALUARE	35
1.4. MOTIVAREA ÎN CADRUL FIRMEI DE EXERCIȚIU	39
1.5. BENEFICIILE ALE DERULĂRII PROIECTELOR EUROPENE LA COLEGIUL ECONOMIC „OCTAV ONICESCU” BOTOȘANI.....	44
1.6. BUNE PRACTICI DEZVOLTATE PRIN PROIECTUL EUROPEAN „FORENSICS AND CREATIVE THEATRE”	48
1.7. FIRMA DE EXERCIȚIU - METODA MODERNĂ DE PREDARE-ÎNVĂȚARE	53
1.8. STRATEGII BAZATE PE METODE INTERACTIVE ÎN SCOPUL OBȚINERII SUCCESULUI ȘCOLAR	58
1.9. PROIECT REALIZAT CU FONDURI NERAMBURSABILE, „ÎNVĂȚĂ SĂ GESTIONEZ UN CONFLICT”	64
1.10. TRANSDISCIPLINARITATE ÎN ORA DE LITERATURA ROMÂNĂ	68
1.11. PĂLĂRIILE GÂNDITOARE	72
1.12. TEACHING VOCABULARY THROUGH COLLOCATIONS AND IDIOMS TO ENGLISH FOREIGN LEARNERS .	78
1.13. DEZVOLTAREA IMAGINAȚIEI ELEVILOR PRIN UTILIZAREA TEMELOR INTERDISCIPLINARE ÎN ORELE DE EDUCAȚIE MUZICALĂ.....	84
1.14. ECO ART – COMUNICARE TRANSFORMATĂ ÎN ARTĂ.....	86
1.15. METHODES D'ENSEIGNEMENT/APPRENTISSAGE DE L'ADJECTIF QUALIFICATIF	91
1.16. METODA PROIECTULUI – FACTOR DE CREȘTERE	97
1.17. ANALIZA SWOT -UTILIZAREA AEL ÎN LECȚIILE DE GEOGRAFIE	100
1.18. INTERPRETAREA TEXTULUI LITERAR	103
1.19. UTILIZAREA TEHNOLOGIEI E-LEARNING ÎN CADRUL ORELOR DE ISTORIE.....	107
1.20. REVISTA ȘCOLARĂ –OBIECT CULTURAL ȘI PRODUS COMERCIAL.....	113
1.21. INTERDISCIPLINARITATEA-EXERCIȚIU DE ÎNVĂȚARE EFICIENTĂ.....	117
1.22. INOVAȚIE ȘI CREATIVITATE ÎN DEMERSUL DIDACTIC LA CLASĂ	121
1.23. UTILIZAREA INSTRUMENTELOR TIC ÎN DEMERSUL DIDACTIC LA CLASĂ	124
1.24. CARTEA- OBIECT CULTURAL	129

1.25. PROFILUL PROFESORULUI DE MATEMATICĂ.....	134
1.26. ROLUL PROFESORULUI ÎN ORELE DE GEOGRAFIE	138
1.27. MOTIVAȚIA ÎN FIRMA DE EXERCIȚIU	141
1.28. VALORILE FRANCOFONIEI.....	145
1.29. MATEMATICĂ ÎN VIAȚA COTIDIANĂ	152
1.30. L'ÉXPLOITATION DE LA PRESSE EN CLASSE DE FRANÇAIS	156
1.31. RESURSE CE CONTRIBUIE LA ASIGURAREA CALITĂȚII PROCESULUI INSTRUCTIV-EDUCATIV	160
1.32. UN MODEL DE PROIECTARE DIDACTICĂ APELE CURGĂTOARE DIN ROMÂNIA	164
1.33. LES AVANTAGES DE L'UTILISATION DU MULTIMEDIA DANS L'ENSEIGNEMENT DE LA LANGUE FRANÇAIS	168
1.34. JOCUL DE ROL, DRAMATIZAREA - METODE ACTIV-PARTICIPATIVE. SUPT EFICIENT PENTRU IMPLEMENTAREA EDUCATIEI FORMALE/ NONFORMALE. APLICAȚII INTERDISCIPLINARE.....	172
1.35. INCLUDEREA TRATĂRII DIFERENȚIATE A ELEVILOR ÎN CADRUL PROIECTĂRII DIDACTICE	177
1.36. UTILIZAREA METODELOR ACTIV-PARTICIPATIVE PENTRU UN ÎNVĂȚĂMÂNT EFICIENT – LECȚIE MODEL DE ÎMBINARE ȘI ADAPTARE A ACESTOR METODE.....	182
1.37. DEVELOPING ATTITUDES THROUGH EDUCATIONAL PROJECTS	189
1.38. PROIECTAREA DE PERSPECTIVĂ A ACTIVITĂȚII DE ÎNVĂȚARE ÎN CADRUL MODULULUI I MEDIUL CONCURENȚIAL AL AFACERILOR	193
1.39. INOVAȚIE ȘI CREATIVITATE ÎN DEMERSUL DIDACTIC LA CLASĂ. STRATEGII DE PREDARE.....	199
1.40. VALENȚE EDUCATIVE ALE METODELOR INTERACTIVE DE GRUP	205
1.41. REPERE PRACTICE DE INOVARE A STRATEGIILOR DIDACTICE.....	209
1.42. APLICAREA METODEI STUDIULUI DE CAZ LA PREDAREA LECȚIEI „IMPACTUL ȘI VALORIFICĂRII RESURSELOR ASUPRA EXPLOATĂRII MEDIULUI”	214
1.43. PROIECT DIDACTIC	219
1.44. BUNE PRACTICI ÎN SALONUL DE HAIRSTYLING	228
1.45. PUBLICITATE ȘI RECLAMĂ COMERCIALĂ.....	234
1.46. STRATEGII BAZATE PE METODE INTERACTIVE ÎN SCOPUL OBȚINERII SUCCESULUI ȘCOLAR	243
1.47. UTILIZAREA GIS ÎN PREDAREA GEOGRAFIEI.....	2489
1.48. STAREA ACTUALĂ ȘI PERSPECTIVELE ANTREPRENORIATULUI POMICOL ÎN REPUBLICA MOLDOVA	255
1.49. INOVAȚIE ȘI CREATIVITATE ÎN DEMERSUL DIDACTIC LA CLASĂ –ACTIVITATE EXTRACURRICULARĂ - SPIRITUALITATE ȘI RITUAL ÎN BLIDUL PASCAL LA BILCA	262

SECȚIUNEA 2

2.1. FIRME DE EXERCIȚIU ÎN TURISM „CLUB VOIAJ” ȘI CENTRUL DE INFORMARE ȘI MARKETING TURISTIC „BUCOVINA”	26970
2.2 DEZVOLTARE PROFESIONALĂ PRIN METODE INTERACTIVE – FIRMA DE EXERCIȚIU	27374

2.3. REZULTATELE PROIECTULUI „ÎNVAȚĂ CU NOI SĂ DEVII ANTREPRENORI!”, POSDRU/175/2.1/S/149602	27980
--	-------

SECȚIUNEA 3

3.1. EXPERIENȚĂ ANTREPRENORIALĂ PE PIAȚA EUROPEANĂ.....	28687
3.2. ENTREPRENEURSHIP THROUGH YOUR EXERCISE	28990
3.3. EFICACITATE ȘI EFICIENȚĂ ÎN MANAGEMENTUL FIRMEI	29091
3.4. COMPETENȚE ANTREPRENORIALE DEZVOLTATE PRIN PROIECTE EUROPENE	29394
3.5. DEZVOLTAREA COMPETENȚELOR ANTREPRENORIALE ÎN CADRUL UNITĂȚII DE CURS "ADMINISTRAREA AFACERILOR"	29798
3.6. FORMAREA INSTRUCTIV-EDUCATIVĂ - O PREMISĂ A INSERȚIEI ȘI REINTEGRĂRII PROFESIONALE PENTRU TINERII SECOLULUI XXI.....	302
3.7. ROLUL MOTIVĂRII PERSONALULUI ÎN FORMAREA IMAGINII ÎNTREPRINDERII	307
3.8. ELEVII, VIITORI ANTREPRENORI DE SUCCES	311
3.9. STRATEGII DE MARKETING ÎN REUȘITA UNEI AFACERI	31415
3.10. EVALUAREA RISCURILOR ÎN AFACERILE ELECTRONICE	320
3.11. VALENȚE ALE CONCURENȚEI ÎN ANTREPRENORIAT- POLITICI U.E	32324
3.12. ANTREPRENORIATUL - TRECUT ȘI PERSPECTIVĂ.....	32930
3.13. "COOPERARE LA NIVEL EUROPEAN ÎN FORMAREA ȘI DEZVOLTAREA COMPETENȚELOR ANTREPRENORIALE"	33435
3.14. DEZVOLTAREA SPIRITULUI ANTREPRENORIAL PRIN FIRMA DE EXERCIȚIU	33839
3.15. ABOUT ENTREPRENEURSHIP IN EUROPE	34344

SECȚIUNEA 4

4.1. CULTURA - SURSĂ DE CUNOAȘTERE ȘI PERFORMANȚĂ ECONOMICĂ. CONCEPTE CULTURAL - TRADIȚIONALE APLICATE ÎN MANAGEMENTUL JAPONEZ	35456
4.2. IMPOZITUL PE VENITUL MICROÎNTREPRINDERII	35960
4.3. AFACEREA: CONCEPT, STRATEGIE, FINALITATE	36566
4.4. MANAGEMENTUL PRIN OBIECTIVE (MBO) – O TENTANTĂ PROVOCARE	36970
4.5. CONDUCEREA BAZATĂ PE PRINCIPII	37374
4.6. ANTREPRENORUL – VERIGA DE BAZĂ A ECONOMIEI.....	37677
4.7. MANAGEMENT vs. LEADERSHIP	38081

4.8. MATEMATICA ÎN AFACERI	38687
4.9. ABORDAREA STRATEGICĂ A ACTIVITĂȚILOR LA NIVELUL INSTITUȚIILOR DIN SISTEMUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT ȘI AL ORGANIZAȚIILOR DE FORMARE	39192
4.10. CONTABILITATEA MANAGERIALĂ - DE LA CALCULAȚIA COSTURILOR LA PERFORMANȚA MANAGERIALĂ	39596

SECȚIUNEA 5

5.1. PROBLEMELE DE SECURITATE INFORMATICĂ CU CARE	401402
5.2. EDUCAREA SOCIETĂȚII INFORMAȚIONALE COMPETITIVE	407
5.3. ETICĂ ÎN COMERȚUL ONLINE.....	413
5.4. SISTEMUL INFORMAȚIONAL FINANCIAR-CONTABIL PENTRU MEDIUL DE AFACERI	41516

SECȚIUNEA 6

6.1. F.E. ART PEISAJ S.R.L., UN EXEMPLU DE BUNĂ PRACTICĂ DEZVOLTAT PRIN COMPETIȚIA BUSINESS PLAN	42223
6.2. PRIMII PAȘI ÎN CARIERĂ PRIN FIRMA DE EXERCIȚIU	42526
6.3. FIRMA DE EXERCIȚIU -- FORMULA SUCCESULUI ÎN DOMENIUL INIȚIERII UNEI AFACERI.....	43031
6.4. VALORIFICAREA CUNOȘTINȚELOR DOBÂNDITE PRIN PRACTICĂ ÎN FIRMA DE EXERCIȚIU – SUPTOR DE INTEGRARE A ABSOLVENȚILOR ÎN ACTIVITĂȚI ALE ECONOMIEI REALE	43435
6.5. PLANUL DE AFACERI.....	43839
6.6. COMPETIȚIA BUSINESS PLAN – O OPORTUNITATE DE FORMARE ÎN DOMENIUL EDUCAȚIEI ANTREPRENORIALE.....	44142

Programme: Erasmus+
KA2 – Cooperation and Innovation for Good Practices
Strategic Partnerships for vocational education and training
Project Title: **Simulation for entrepreneurship** – (ENTRE4FUTURE)
2014-1- RO01- KA202- 002759

Elevii de astăzi - antreprenorii de mâine

Prof. Cheaburu Carmen-Constanța
Prof. Sfichi Florentina Elena
Colegiul Economic “Dimitrie Cantemir”, Suceava

Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava coordonează la nivel european, în perioada 2014 – 2016, proiectul Erasmus + KA2 – Cooperation and Innovation for Good Practices, axa Strategic Partnerships for vocational education and training, cu titlul „Simulation for entrepreneurship”. Partenerii în cadrul acestui proiect sunt: International Business College Hetzendorf Vienna, Austria, Business Academy South West (EASV) Esbjerg, Danemarca, Vetschool La Salle - La Seu d’Urgell Catalonia, Spania, The School of Accounting and Administration of Porto-ISCAP, Portugalia, Camera de Comerț și Industrie PAPHOS, Cipru, Camera de Comerț și Industrie Suceava, România.

Obiectivul general al proiectului este schimbul de practici profesionale și educaționale cu parteneri din spațiul European, cu privire la aspectele legate de manualele, curricula și metodologiile de învățare privind simularea ca metodă eficientă în vederea educației antreprenoriale a tinerilor, transferul tehnologiilor inovative utilizate în simularea afacerilor între două niveluri de educație școlară - preuniversitar și universitar VET.

În perioada 11 – 15 noiembrie 2014 a avut loc vizita pregătitoare în cadrul proiectului, în Esbjerg – Danemarca, la Business Academy South West. Activitățile propuse au fost diverse și au avut ca obiectiv central schimbul de bune practici în ceea ce privește aplicarea metodei “firmă de exercițiu” la nivel liceal și “întreprindere simulată” la nivel universitar.

Fiecare partener și-a prezentat instituția, echipa de lucru; echipa din România, în calitate de coordonator al proiectului, a prezentat sarcinile fiecărui partener în proiect, responsabilitățile vis-à-vis de produsele finale ce trebuie realizate (site-ul proiectului, curricula - programă școlară pentru modulul de pregătire practică “Birou de învățare”, ghidul de bune practici “Simulation for entrepreneurship”), aspectele financiare.



Totodată, au avut loc prezentări legate de conceptul de educație antreprenorială și modul de aplicare al acestuia în Danemarca, realizate de profesori universitari și experți în domeniu, s-au vizitat Centrul Național de Inovare și compania simulată Tutee ApS.



În perioada 09 – 11 martie 2015 a avut loc cea de-a doua întâlnire de proiect, în Viena-Austria, la International Business College Hetzendorf.

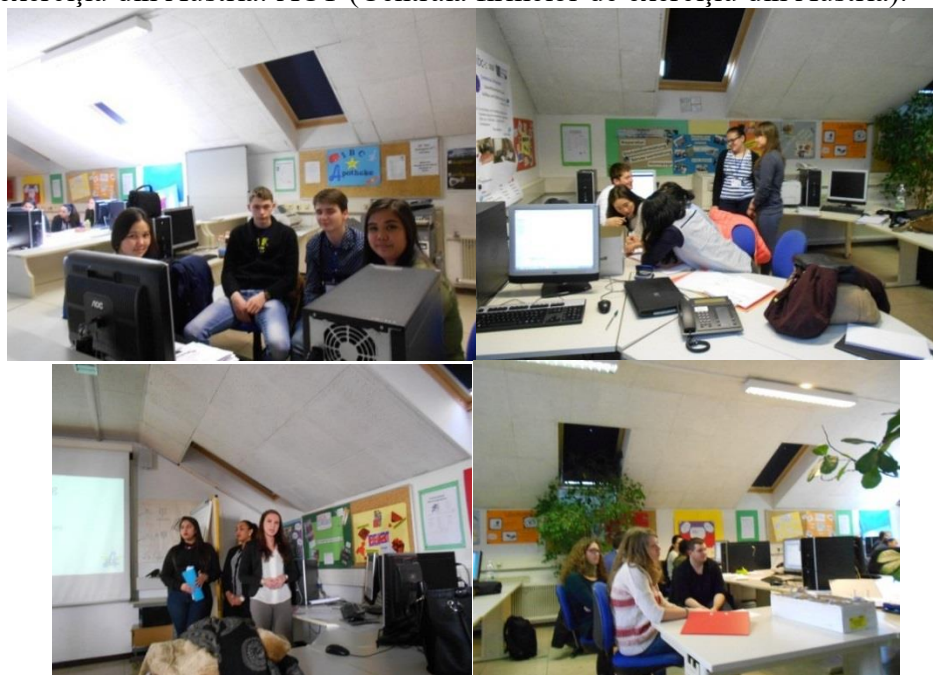


Activitățile propuse în cadrul întâlnirii de proiect au vizat, în principal, schimbul de bune practice în ceea ce privește utilizarea **metodei simulării** în educația antreprenorială a tinerilor, **curricula** utilizată în învățământul preuniversitar și universitar, prin care tinerii își dezvoltă abilități și competențe antreprenoriale, lucrând în “**firme de exercițiu**” sau “**întreprinderi simulate**” (business simulation).

Firma de exercițiu reprezintă o metodă interactivă de învățare pentru dezvoltarea spiritului antreprenorial, o concepție modernă de integrare și aplicare interdisciplinară a cunoștințelor, o abordare a procesului de predare-învățare care asigură condiții pentru probarea și aprofundarea practică a competențelor dobândite de elevi în pregătirea profesională.



Agenda întâlnirii a avut în vedere și implicarea elevilor și profesorilor în **activități de învățare** de tip peer-learning în firmele de exercițiu din școala gazdă, elevii au lucrat pe platforma IT a firmelor de exercițiu din Austria: ACT (Centrala firmelor de exercițiu din Austria).



În cadrul întâlnirii de proiect au fost prezentate materiale de către specialiștii din Camera de Comerț și Industrie Suceava și Paphos, Cipru, legate de profilul antreprenorului în mediul de afaceri românesc și european. Informațiile prezentate au fost de mare folos profesorilor și elevilor prezenți la întâlnire deoarece am concluzionat că educația antreprenorială a tinerilor trebuie realizată în concordanță cu cerințele mediului de afaceri, pentru o racordare mult mai eficientă a școlii la realitatea economică.

Un moment foarte important al întâlnirii de proiect a fost vizita la “Wirtschaftsuniversität Wien” Vienna University of Economics and Business, universitate de renume din Austria. În cadrul vizitei am beneficiat și de întâlnirea cu prof. Gerhard Gessler, specialist în educație antreprenorială, care ne-a prezentat un material foarte valoros legat de “Educația antreprenorială prin firmele de exercițiu”, experiența austriacă în utilizarea acestei metode provocatoare pentru sistemul educațional.

Un alt moment interesant al întâlnirii de proiect a fost vizita la **Coworking space Rochuspark** - centrul antreprenorial „Stefan Leitner Sidl and Michael Pöll” (fondatori și manageri). Acest centru antreprenorial reprezintă o modalitate modernă specifică secolului XXI, de derulare a antreprenoriatului și afacerilor, numai cu ajutorul laptopurilor și telefoanelor mobile, pentru diverse organizații, diverse joburi, în vederea realizării unei rețele pe net, din care fiecare tânăr poate face parte și se poate inspira: www.rochuspark.at.



În urma discuțiilor purtate cu partenerii din proiect au fost analizate: responsabilitățile în derularea activităților proiectului; stadiul de realizare a produselor finale, responsabilitățile fiecărui partener, stagiile de realizare și termene de finalizare; regulile de raportare și documentele justificative aferente fiecărei activități din proiect; regulile financiare, modalități de diseminare a proiectului.

În cadrul întâlnirii de proiect a fost prezentat, de către coordonatorul proiectului prof. Cheaburu Carmen-Constanța, site-ul proiectului www.entre4future.com (structură, meniu, secțiuni, informații). Pagina WEB a proiectului trebuie construită conform descrierii din formularul de aplicație, ea reprezentând atât un produs final al proiectului cât și un mijloc de diseminare a activităților și materialelor dezvoltate prin proiect.

Întâlnirile de proiect din Esbjerg, Danemarca și Viena, Austria au fost un real prilej de formare profesională, culturală, schimb de experiență și exersare a competențelor lingvistice și a celor profesionale pentru cadrele didactice participante. Conceptele cheie în jurul cărora s-au derulat discuțiile și activitățile au fost: firmă de exercițiu, metoda simulării, profilul antreprenorului, platformă IT, antreprenoriat, simularea afacerilor și inovație.

Prin obiectivele și activitățile sale, proiectul este relevant în raport cu politicile și strategiile stabilite la nivel european și național privind promovarea culturii antreprenoriale. Rezultatele proiectului vor fi valorificate în cadrul orelor de specialitate în cât mai multe unități școlare IPT din regiunea NE și în regiunile de influență, din țările organizațiilor partenere în proiect.

Programme: Erasmus+
KA2 – Cooperation and Innovation for Good Practices
Strategic Partnerships for vocational education and training
Project Title: **Simulation for entrepreneurship** – (ENTRE4FUTURE)
2014-1- RO01- KA202- 002759

Good practice guide "Simulation for entrepreneurship"

Good practice guide "Simulation for entrepreneurship" was created within the project Erasmus + KA2 - Cooperation and Innovation for Good Practices, Strategic Partnerships for vocational education and training, Project Title: Simulation for entrepreneurship - (ENTRE4FUTURE) 2014-1- RO01- KA202- 002 759

Economic College "Dimitrie Cantemir" Suceava coordinate at European level in the period 2014 - 2016, Erasmus+ „Strategic Partners hips for vocational education and training, title "Simulation for entrepreneurship". The partners in this project are:

- International Business College Hetzendorf Vienna - Austria
- Business Academy South West(EASV) Esbjerg - Denmark
- Vetschool La Salle-La Seu d'Urgell, Catalonia - Spain
- ISCAP - The School of Accounting and Administration of Porto - Portugal
- Chamber of Commerce and Industry PAPHOS - Cyprus
- Chamber of Commerce and Industry Suceava - Romania.

The overall objective of the project is the exchange of professional practice and education with partners from Europe on issues related to textbooks, curricula and teaching methodologies for the simulation as an effective method to youth entrepreneurship education, transfer of innovative technologies used in business simulation between two levels of education -undergraduate and higher VET.

At European level, the concern for the promotion and development of entrepreneurship is found in the most strategic documents, beginning with "Lisbon Strategy" and continuing with "Partnership for growth and employment" or "Action Plan for Entrepreneurship". In order make the Lisbon strategy for jobs a successful one, the stimulation of entrepreneurship must be implemented among young people, to encourage innovative business and start promoting a more favorable culture of entrepreneurship. The role of education in promoting entrepreneurship, starting at early ages, is now generally recognized. Implement

Entrepreneurship refers to an individual's ability to put his ideas into practice. Economic specialized modules available to students from Romania through vocational and technical education give them the tools to think creatively and to be able to solve problems in an effective manner. Therefore, entrepreneurship education can be particularly effective in initial training as students are close to employment and self-employment and this can be an important option for them.

Adapting to new requirements of the market economy involves acquiring those skills which will develop among students high professionalism, initiative, insight, ability to operate effectively in a dynamic and competitive economic environment.

Today, in a society dominated by competitiveness, the entrepreneurship is a necessary competence for all, helping young people to become more creative and even more confident in any activity they undertake.To ensure the premises of professional integration of graduates into the European labor market and also for professional training, flexibility and adaptation to the types of skills identified as necessary in the present and especially future labor market and the changing adaptation to the requirements of economic development are needed.

In conclusion, with the help of training firms, students develop entrepreneurial skills allowing them for the future to initiate and run their own business, establishing competitive strategies.

Internationally, one of the major objectives of the EU 2020 strategy is to promote creativity and innovation. Development among youth of a culture based on entrepreneurship, characterized by a positive attitude regarding risk taking and innovation through capacity contribute significantly to this goal. The document also defines strategic directions for action at European level in the field of education and training, strategic framework for European cooperation in education and training (ET 2020), establishes as a priority to stimulate creativity and innovation, including entrepreneurship, at all levels of education and training.

Furthermore, entrepreneurship can be seen in an organizational perspective – students are trained to become entrepreneurs in the sense that they will create their own job – or in a personal perspective – all citizens need to be, somehow, entrepreneurs, in the sense that they are able to analyze the risk of a situation, identify possible solutions and implement the one chosen. This later perspective can be applied in any situation and does not need to be related with the creation of a job. Of course, some soft skills are necessary in order to achieve both perspectives, such as, creativity, innovation, lateral thinking, just to mention a few. The question now is how to help youth to develop those skills? How can those skills be taught? By means of simulations, in a controlled environment, students can take risks, try decisions, evaluate the impact of each decision while learning to be autonomous, independent and able of decision making in competitive environments.

The Training firm - is an interactive learning method for entrepreneurship skills development, a modern interdisciplinary integration and application of knowledge, an approach to teaching and learning that provides conditions for probation and deepening practical skills acquired by students in the professional training.

The Guide aims multiplying the results of the effects in this project to all schools and universities, but also in the project partners and the schools service profile in Romania. The Good practice guide will be distributed in the various dissemination activities, as an example to be followed and applied in all VET schools, including the entire theme and results of the project on innovative educational strategies on business simulation .

The structure of the guide:

- Project presentation
- Profile of the entrepreneur in Europe and Romania (The Chamber of Commerce and Industry Suceava, Cyprus Chamber of Commerce and Industry)
- Examples of good practice in using simulation method in entrepreneurial education for young,(**International Business College Hetzendorf Vienna – Austria, Vetschool La Salle-La Seu d'Urgell, Catalonia - Spain ,ISCAP - The School of Accounting and Administration of Porto - Portugal,Economic College “Dimitrie Cantemir” Suceava – Romania**)
 - presentation of the educational system of the contry concerned
 - presentation of good practices on the use of of simulation method in entrepreneurial education of young people (scientific materials,,lesson plans,IT platform used)
- Innovative ideas in entrepreneurship education (Business Academy South West(EASV) Esbjerg - Denmark
- Annex 1 - Economic small dictionary- English- economic terms used in the simulation business
- Annex 2 - IT business simulation platforms list
- Annex 3 – Journals project meetings

The guide also is available in electronic form on the Partnership web site at: www.entre4future.com and on the school website: www.cedcsv.ro

Curricula “Birou de învățare” (modalitate inovativă de abordare a disciplinelor economice) - produs final al proiectului

Erasmus + KA2 – Cooperation and Innovation for Good Practices, axa Strategic Partnerships for vocational education and training, cu titlul „Simulation for entrepreneurship” 2014-1- RO01- KA202- 002759

**Prof. Cheaburu Carmen-Constanța
Prof. Sfichi Florentina Elena
Colegiul Economic “Dimitrie Cantemir” Suceava, România**

Uniunea Europeană promovează spiritul antreprenorial ca factor-cheie al competitivității și subliniază importanța dezvoltării unei culturi antreprenoriale la scară europeană prin stimularea competențelor în domeniul antreprenorial. Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava coordonează la nivel european, în perioada 2014 – 2016, proiectul Erasmus + KA2 – Cooperation and Innovation for Good Practices, axa Strategic Partnerships for vocational education and training, cu titlul „Simulation for entrepreneurship”, număr de identificare proiect 2014-1- RO01- KA202- 002759. Partenerii în cadrul acestui proiect sunt: International Business College Hetzendorf Vienna, Austria, Business Academy South West (EASV) Esbjerg, Danemarca, Vetschool La Salle - La Seu d'Urgell Catalonia, Spania, The School of Accounting and Administration of Porto- ISCAP, Portugalia, Camera de Comerț și Industrie PAPHOS, Cipru, Camera de Comerț și Industrie Suceava, România.

Obiectivul general al proiectului este schimbul de practici profesionale și educaționale cu parteneri din spațiul european, cu privire la aspectele legate de manualele, curricula și metodologiile de învățare privind simularea, ca metodă eficientă în vederea educației antreprenoriale a tinerilor, transferul tehnologiilor inovative utilizate în simularea afacerilor între două niveluri de educație școlară -preuniversitar și universitar VET.

Obiectivele specifice ale proiectului presupun dezvoltarea abilităților antreprenoriale, IT și limbi străine de către elevi, îmbunătățirea competențelor cadrelor didactice în aplicarea metodei "firma de exercițiu" (liceu) sau „întreprindere simulată" (universitate), perfecționarea cadrelor didactice pentru a forma competențe cheie și profesionale în educația antreprenorială inițială, diversificarea oportunităților de a elabora strategii de predare prin sesiuni de instruire cu experți din țările participante la proiect, pe baza celor mai bune practici din aceste țări.

Activitățile desfășurate în cadrul proiectului “Simulation for Entrepreneurship” au generat următoarele produse finale: curricula (programă școlară) “Birou de învățare”, site-ul proiectului www.entre4future.com, ghidul de bune practici “Simulation for entrepreneurship”. Activitățile propuse în cadrul întâlnirilor de proiect au vizat, în principal, schimbul de bune practici în ceea ce privește utilizarea metodei simulării în educația antreprenorială a tinerilor. Curricula elaborată va fi utilizată în învățământul preuniversitar și universitar, prin care tinerii își dezvoltă abilități și competențe antreprenoriale, lucrând în “firme de exercițiu” sau “întreprinderi simulate” (business simulation).

Firma de exercițiu reprezintă o metodă interactivă de învățare pentru dezvoltarea spiritului antreprenorial, o concepție modernă de integrare și aplicare interdisciplinară a cunoștințelor, o

abordare a procesului de predare-învățare care asigură condiții pentru probarea și aprofundarea practică a competențelor dobândite de elevi în pregătirea profesională.

Conceptul didactic al firmei de exercitiu promovează individualizarea și dezvoltarea competențelor tehnice, sociale și personale ale elevilor, promovează o educație competentă și orientată spre practică. Stimularea antreprenoriatului în rândul tinerilor este vitală pentru a încuraja afaceri inovatoare și pentru a promova o cultură antreprenorială favorabilă.

Curricula “ Birou de învățare ” este rezultatul unei colaborări fructuoase între organizațiile partenere în proiect, în cadrul schimburilor de bune practici desfășurate. Aceasta este structurată în așa fel încât poate fi aplicată de către fiecare partener din proiect, în diverse moduri: curriculum în dezvoltare locală, curriculum la dispoziția școlii, activitate extrașcolară sau modul de specialitate.

Curriculumul propus în cadrul proiectului ia în considerare legătura strânsă între mediul de afaceri și școală, atât la nivel național, precum și într-un context european. Adaptarea la noile cerințe ale economiei de piață implică dobândirea unor competențe cheie care vor dezvolta, în rândul elevilor, un profesionalism ridicat, inițiativă, înțelegere, capacitatea de a lucra în mod eficient într-un mediu economic dinamic și competitiv. Astăzi, într-o societate dominată de competitivitate, antreprenoriatul este o competență necesară pentru toți, ajutând tinerii să devină mai creativi și mai încrezători în orice activitate în care se angajează.

Structura curriculum-ului “Birou de învățare”

Obiective generale	Obiective specifice	Exemple de activități de învățare
Dezvoltarea abilităților de învățare	1. Contabilitate	-Calculul salariilor și contribuțiilor la stat -Management financiar în vederea măsurării, evaluării și controlului activității economice și a rezultatelor obținute -Întocmirea bilanței contabile analitice și sintetice lunare -Utilizarea software-urilor în contabilitate -Verificarea și arhivarea documentelor contabile -Întocmirea statelor de plată și a documentelor specifice resurselor umane
	2.Administrarea afacerilor	-Analiza și interpretarea contractului de vânzare-cumpărare -Correspondența cu partenerii de afaceri -Forme legale de constituire a firmelor -Identificarea modalităților de finanțare a afacerilor -Evaluarea investițiilor -Elaborarea unui plan de afaceri -Elaborarea mix-ului de marketing la nivelul firmei
	3.Management de birou	-Întocmirea corespondenței cu partenerii de afaceri -Utilizarea programelor Microsoft Office
	4.Limbi străine	-Exersarea limbilor străine (engleză, franceză, germană, spaniolă) în comunicarea cu partenerii de afaceri

	5.Drept	-Întocmirea ordinelor de plată pentru profit/venit și TVA -Aplicarea în practică a legislației specifice domeniului de activitate
	6.Alte competențe	-Abilități de comunicare și promovare dezvoltate și dovedite în cadrul competițiilor Business Plan și în cadrul târgurilor firmelor de exercițiu -Abilități de prezentare (prezentare orală, CV, scrisoare de intenție)
Educație antreprenorială	1.Competențe antreprenoriale	-Identificarea aspectelor pozitive și negative în activitatea de antreprenariat -Aplicarea tehnicilor de creativitate în realizarea promovării firmei de exercițiu și a produselor și serviciilor oferite în mijloacele media de masă și la târgurile județene, naționale și internaționale -Identificarea companiei mamă pe piața locală în urma analizei mediului extern și a specificului pieței locale -Elaborarea planului de afaceri pe baza unui model antreprenorial viabil, prin cooperarea cu firma mamă -Elaborarea planului de marketing al firmei: politica de produs și prețuri, identificarea posibilităților de distribuție, a politicii de promovare adecvate
Insertia pe piața europeană a muncii	1.Competențe cheie	-Dezvoltarea abilităților de lucru în echipă -Aplicarea tehnicilor de negociere în relațiile cu partenerii de afaceri și în gestionarea conflictelor la nivelul firmei -Gândirea critică, rezolvarea de probleme, asumarea responsabilității -Dezvoltarea flexibilității prin trecerea prin diferite departamente ale firmei (rotația posturilor) -Experimentarea capacității de a lucra sub presiune -Dezvoltarea sentimentului de responsabilitate -managementul timpului -Creșterea puterii de concentrare în realizarea sarcinilor de lucru la nivelul departamentelor firmei -Dezvoltarea toleranței și respectului în relații ierarhice superioare și inferioare -Dezvoltarea competențelor multiculturale prin efectuarea de tranzacții cu firme europene



	2.Competențe în domeniul comercial	<ul style="list-style-type: none">-Efectuarea sarcinilor în cadrul departamentelor în mod independent, în timp și cu grijă; dacă apar probleme trebuie, în primul rând, să încerce să le rezolve în cadrul departamentului și numai dacă acest lucru nu este posibil, atunci devine necesară abordarea managerului-Efectuarea rotației posturilor trebuie să fie făcută astfel încât toți elevii lucreze în toate departamentele.-Realizarea adecvată a comunicării cu clienții și furnizorii prin telefon, e-mail-Confruntarea on-line cu instituțiile bancare (e-banking), cu autoritățile financiare-Utilizarea instrumentelor și aparaturii de birou în cadrul activităților desfășurate pe diferite departamente-Respectarea reglementărilor în domeniul calității în toate departamentele și evaluarea permanent a performanțelor în firma de exercițiu
--	---	--

Prin obiectivele propuse, activitățile desfășurate și rezultatele finale, curricula este relevantă în raport cu politicile și strategiile stabilite la nivel european și național privind promovarea culturii anteprenoriale. Acest rezultat al proiectului va fi valorificat în cadrul orelor de specialitate din cât mai multe unități școlare IPT din regiunea N-E și din regiunile de influență din țările organizațiilor partenere în proiect.

Bibliografie:

1. Mariana Bara and other – Ghid metodologic "Guide of training firm - Best practice", Centrul Național pentru Dezvoltarea Învățământului Tehnic și Profesional, 2012

Programme: Erasmus+
KA2 – Cooperation and Innovation for Good Practices
Strategic Partnerships for vocational education and training
Project Title: **Simulation for entrepreneurship** – (ENTRE4FUTURE)
2014-1- RO01- KA202- 002759

Curriculum “Learning office”

Curricula is structured in such a way in order to be applied to each partner in the project in various ways: local development curriculum, curriculum available to school, extracurricular activity or specialized module.

Valid for senior classes in vocational institutions.

Specialized module: Number of lessons per week: 2 for the period of one school year (2 semester)

Or

Local development curriculum (practical training internship) : 3 weeks x 5 days x 6 hours = 90 hours

1. Argument

The didactic concept of the training firm promotes the individualization and the development of technical, methodological, social and personal skills of the students. The practice firm concept is foreseen as the place where a competent and practice-oriented education in the meaning of the commercial education is realized.

The stimulation of entrepreneurship must be implemented among young people, to encourage innovative business and start promoting a more favorable culture of entrepreneurship. The role of education in promoting entrepreneurship, starting at early ages, is now generally recognized. Implementing entrepreneurship refers to an individual's ability to put his ideas into practice.

Economic specialized modules available to students from Romania through vocational and technical education give them the tools to think creatively and to be able to solve problems in an effective manner. Therefore, entrepreneurship education can be particularly effective in initial training as students are close to employment and self-employment and this can be an important option for them.

Adapting to new requirements of the market economy involves acquiring those skills which will develop among students high professionalism, initiative, insight, ability to operate effectively in a dynamic and competitive economic environment.

Today, in a society dominated by competitiveness, the entrepreneurship is a necessary competence for all, helping young people to become more creative and even more confident in any activity they undertake.

To ensure the premises of professional integration of graduates into the European labor market and also for professional training, flexibility and adaptation to the types of skills identified as necessary in the present and especially future labor market and the changing adaptation to the requirements of economic development are needed.

General aims

- Employability
- Study skills
- Comprehensive entrepreneurship education

This general aims enables the students to act responsibly and actively as entrepreneur, as worker/employee or as consumer. The student should apply all the gained competences within the former periods while working in the virtual enterprise. Competences that should be gained while working in the virtual enterprise and all the activities will awake the spirit of entrepreneur by setting up a virtual enterprise. Subject matter is related to one school year.

In order to develop the initiative in business of our pupils, to promote the broadest possible the image of our school and to develop the connection between school and the community, it is better to organize and participate in the fair of the training firms, at the local level, national and international level, Events where our students make use of their acquired anilities.

In conclusion, with the help of training firms, students develop entrepreneurial skills allowing them for the future to initiate and run their own business, establishing competitive strategies.

2. Structure

General aims	Specific aims	Examples of learning activities
Study skills	1. Accounting	<ul style="list-style-type: none"> - Double entry book keeping - Calculate the salaries and wages - Cost accounting and calculation - Calculate taxes - Calculate ratios out from a balance sheet and interpret the results - Use software for accounting 'BMD' or 'SAP'
	2. Business administration	<ul style="list-style-type: none"> - Analyze and interpret contract of sale - Correspondence according to the contract of sale - Legal form of companies - Financing and investment appraisal - Working out a business plan - Application - Marketing
	3. Office Management	<ul style="list-style-type: none"> - Working out documents according to the national norm - Basics from MS Office
	4. Languages	<ul style="list-style-type: none"> - Dealing with the foreign language (talking and writing) English, Spanish, French
	5. Law	<ul style="list-style-type: none"> - Legal situation for companies - VAT-Law - E-Commerce Law - Special laws depending on the form of company - various other laws
	6. Other competences	<ul style="list-style-type: none"> - Ability to communicate - Presentation skills



<p>Comprehensive entrepreneurship education</p>	<p>1.Entrepreneurship skills</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Discussion about the positive and negative aspects of being an entrepreneur - Applying creativity techniques - Making decisions related to the virtual enterprise - Looking for a partner company in real life - Collecting information for the setting up by the appropriate authorities - Working out a business plan
<p>Employability</p>	<p>1.Key qualification</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Develop ability to be a team player by working together with other students in the different departments - Experience and learn the process of conflict solving - Apply creativity in various fields of the practice firm (e.g.in marketing, working out a marketing plan for the company's products) - Train flexibility by running through the different departments (Job rotation) - Develop and integrate time management into the work attitude - Learn and apply assertiveness by dealing with problems and in managerial functions - Experience and train the ability to work under pressure - Enhance the power of concentration and apply it while processing the assigned tasks - Train and develop sense of responsibility by appropriate behaviour - Train and show good manners in various situations - Show tolerance and act respectfully when dealing with the management, colleagues, customers, suppliers and authorities - Develop intercultural competence by contacts with persons and companies from other cultures - Show organization skills while settling the tasks given - Enhance general communication skill - Encourage communication skills. - Train the students to act customer orientated - Develop students'self motivation, self organization and self reflection.



	<p>2. Commercial knowledge</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Working in departments: The tasks have to be carried out independently, in time and carefully; if there are problems they firstly have to try to settle them within the department and only if this is not possible then they could address the management. - Job rotation has to be done in the way that all students pass through all departments. - By dealing with all the necessary tasks within the practice firm process oriented working has to be executed - Customer orientated communication and dealing with suppliers should be executed either by telephone, mail in an appropriated way - Dealing with credit institution takes place online (e-banking) - Dealing with authority (social welfare, tax authority, court) is executed by online communication via different forms - Exercise communication with transport companies and the custom authorities. - Dealing with buying and selling from and to other countries independently. - Handling office machinery while working in the different departments. - Dealing with Quality management regulations in all the areas of the practice firm. - Dealing with Word, Access, Excel and Power Point according to the task as well as working with accounting software (BMD or SAP) - Working together with ACT (Austrian Center for Training Firms) in various areas.
--	---------------------------------------	---

3. Content

September (1st month)

We either invite a member of the chamber of commerce to talk about the aspects of founding a new company or taking the group of students to the chamber of commerce for a presentation about this topic.

Collect the necessary information for founding a new company.

By using creativity techniques work out the subject and the legal form of the new training firm.

Define the company's aims and work out the mission statement

Work out a treaty for the new company

Create a logo

Work out a business plan

Do the following activities with 'ACT':

- Enter the company in the registrar of companies

- Register the specific trade
- Work out a credit application
- Open a bank account, transfer a certain amount to the bank account.
- Register at the financial authorities in order to get the tax-number
- Register at the social welfare (employee and employer)

Work out the opening balance for the new company

Fix the organizational structure

Work out the needed office equipment and machinery

Present an application as condition for a job interview.

According to the result of the interview – allocate the student to the various departments.

Find suppliers' and customers' addresses with help from ACT-database.

Work out a business plan for the new virtual enterprise.

Find a partner company in 'real live'.

October (2nd month)

In the first lesson of the month

- reflection of the last month's activities, find out what could have been done better
- self reflection of every student: What competencies he/she achieved during the last

month and to which extent by using a questionnaire

Fix the job rotation for the following months - every student should run through all departments during the school year

Realize the planned marketing measures according to the business plan.

- Fix the products and the range of products
- Send out general and special requests to potential suppliers
- Select the suppliers by applying the Scoring-method
- Calculate the prices
- Work out a plan for advertisement
- Create a homepage, work out a web-shop and put them online
- Work out some offers and send them to other training firms

November (3rd month)

In the first lesson of the month

- reflection of the last month's activities, find out what could have been done better
- self reflection of every student: What competencies he/she achieved during the last

month and to which extent by using a questionnaire

Training the processes in the various departments by working through a complex case study using the help of very detailed instruction worked out by the teachers

Start working with real records of the company (order from customers and to suppliers, incoming and outgoing invoices, bank statements, booking the records by the accounting-program BMD)

At the end of the month: appraisal interview with the students – evaluation.

December (4th month)

In the first lesson of the month

- reflection of the last month's activities, find out what could have been done better
- self reflection of every student: What competencies he/she achieved during the last

month and to which extent by using a questionnaire

Work out the amount due for the VAT for November

Training the necessary customertalks and salestechniques, training of business behavior, organizing the 'in house trade fair' (including setting up a booth), visiting as customer or supplier the 'in house trade fair', in order to prepare the participation at an international trade fair.

Dealing with normal business in the various departments according to the job-rotation-plan
At the end of the month: appraisal interview with the students - evaluation

January (5th month)

In the first lesson of the month

- reflection of the last month's activities, find out what could have been done better
- self reflection of every student: What competencies he/she achieved during the last month and to which extent by using a questionnaire

Work out the amount due for the VAT for December, transfer the VAT payable for November to the tax authority

Establish a data file for the staff members, register these persons at the social welfare authority, calculate the salaries and wages for the persons registered at ACT, do the booking, transfer the net amount to the staff members.

Dealing with normal business in the various departments according to the job-rotation-plan

At the end of the month: appraisal interview with the students - evaluation

February (6th month)

In the first lessons of the month

- reflection of the last month's activities, start of a written monitoring in groups (analyze the result of the done business, make suggestions for improvement)
- self reflection of every student: What competencies he/she achieved during the last month and to which extent by using a questionnaire

Work out the amount due for the VAT for January, transfer the VAT payable for December to the tax authority

Calculate the salaries and wages for the persons registered at ACT, do the booking, transfer the net amount to the staff members.

Transfer the social welfare contribution and the tax on wages to the corresponding institutions

Initiate and do business with practice firms from other countries, using the transport service and custom service offered by ACT

Dealing with normal business in the various departments according to the job-rotation-plan

At the end of the month: appraisal interview with the students - evaluation

March (7th month)

In the first lessons of the month

- reflection of the last month's activities, continue the written monitoring (work out and analyze statistics and ratios and compare them to available benchmarks, establish a catalogue of measures for improvement)
- self reflection of every student: What competencies he/she achieved during the last month and to which extent by using a questionnaire

Work out the amount due for the VAT for February, transfer the VAT payable for January to the tax authority

Calculate the salaries and wages for the persons registered at ACT, do the booking, transfer the net amount to the staff members.

Transfer the social welfare contribution and the tax on wages to the corresponding institutions

Check the open positions from the customers, write reminders to customers

Write reminders to suppliers who are delayed in delivery

Write complaints to suppliers because of defective goods

Dealing with normal business in the various departments according to the job-rotation-plan

Analyze the competitors and agree on necessary measures

At the end of the month: appraisal interview with the students - evaluation

April (8th month)

In the first lessons of the month

- reflection of the last month's activities, continue the written monitoring (work out and analyze statistics and ratios and compare them to available benchmarks, establish a catalogue of measures for improvement)

- self reflection of every student: What competencies he/she achieved during the last month and to which extent by using a questionnaire

Work out the amount due for the VAT for March, transfer the VAT payable for February to the tax authority

Calculate the salaries and wages for the persons registered at ACT, do the booking, transfer the net amount to the staff members.

Transfer the social welfare contribution and the tax on wages to the corresponding institutions

Work out several statistics, do the interpretation and think about improvement and adaptation

Participate at an international trade fair

Dealing with normal business and irregularities in fulfilling the contract of sale in the various departments according to the job-rotation-plan

At the end of the month: appraisal interview with the students – evaluation

Mai (9th month)

In the first lesson of the month

- reflection of the last month's activities, continue the written monitoring

- self reflection of every student: What competencies he/she achieved during the last month and to which extent by using a questionnaire

Work out the amount due for the VAT for April, transfer the VAT payable for March to the tax authority

Calculate the salaries and wages for the persons registered at ACT, do the booking, transfer the net amount to the staff members.

Transfer the social welfare contribution and the tax on wages to the corresponding institutions

Work out the business done at the international trade fair, prepare statistics and evaluate the data files.

Prepare the annual financial statements.

Dealing with normal business and irregularities in fulfilling the contract of sale in the various departments according to the job-rotation-plan

At the end of the month: appraisal interview with the students - evaluation

June (10th month)

During the month

- reflection of the activities within the whole school year

- final monitoring with group presentation, feedback

- self reflection of every student: What competencies he/she achieved during the whole school year and to which extent by using a questionnaire, feedback to teachers/trainers

Work out the amount due for the VAT for May, transfer the VAT payable for April to the tax authority

Log out the staff members at the social welfare authority

Work out ratios from the closing balance and profit and loss account, interpret the results

Prepare a measure catalogue for the next school year.

Final evaluation of the students (**oral communication skills and writing skills**)



ORAL COMMUNICATION SKILLS

- Each member of the group have 5-6 minutes to make a brief presentation about a part of their work. The student need to demonstrate some skills such as:
- Talk naturally to the audience;
- Preparation and organize the presentation;
- Effective speaking;
- Use visual aids correctly;
- Time management.

WRITING SKILLS

- workgroup
- This report consists in an economic and financial analysis of company performanc

4. Assessment Methods

Formative assessment techniques monitor student learning during the learning process. The feedback gathered is used to identify areas where students are struggling so that instructors can adjust their teaching and students can adjust their studying.

Sometimes referred to as "Minute Papers" or "Muddiest Points," these popular assessment techniques have students reflect immediately following a learning opportunity to answer one or two basic questions like: „*What was the most important thing that you learned today?*“ or „*What was the most confusing topic today?*“

Data on student opinions, attitudes, behaviors or confidence in understanding can be gathered either during class or outside of class. This can illustrate student engagement with the material as well as prior knowledge, misconceptions, and comprehension.

Wrappers. "Wrapping" activities, using a set of reflective questions, can help students develop skills to monitor their own learning and adapt as necessary.

Having students work in pairs or small groups to solve problems creates space for powerful peer-to-peer learning and rich class discussion. Instructors and TAs can roam the classroom as students work, helping those who get stuck and guiding those who are headed in the wrong direction.

Quizzes. Gauge students' prior knowledge, assess progress midway through a unit, create friendly in-class competition, review before the test -- quizzes can be great tools that don't have to count heavily toward students' grades. Using quizzes to begin units is also a fun way to assess what your students already know, clear up misconceptions, and drive home the point of how much they will learn.

Summative assessment techniques evaluate student learning. These are high-stakes assessments (i.e., they have high point values) that occur at the end of an instructional unit or course and measure the extent to which students have achieved the desired learning outcomes.

Papers, projects, and presentations. These give students the chance to go deeper with the material to put the knowledge they've acquired to use or create something new from it. This level of application is an extremely important and often overlooked part of the learning process. These types of projects also give students who do not test well a chance to shine.

Portfolios. Submitting a portfolio at the end of a course can be a powerful way for students to see the progress they've made. More than just a collection of students' work from the semester, good portfolios also include reflections on their learning. Asking students to spell out the concepts or techniques used with each piece, the themes addressed, and hurdles faced also brings a sense of completion to the learning process.

Note: Each school will use this curriculum, according to the needs of the school and the human and material resources, which he has.



SECȚIUNEA 1

INOVAȚIE ȘI CREATIVITATE ÎN DEMERSUL DIDACTIC

1.1 LEARNING THROUGH “SIMULATED ENTERPRISE”

Profesor Maria Pentilescu
Inspector, County School Inspectorate Suceava, Romania
Profesor Carmen – Constanța Cheaburu
Economic College “Dimitrie Cantemir” Suceava, Romania

Abstract: *The didactic concept that is at the foundation of this method is learning through practice. It is a simulation of the activity from inside a real company. Pupils have a strong motivation to work with such a teaching model because they can put into practice the theoretical knowledge and they can gain new professional skills.*

Key words: *simulated enterprise, ROCT, learning through practice.*

The “**Simulated enterprise**” represents a model of a real company, being a method of practical approach for content integration. Also, this method is designed to form personal aptitudes and competences necessary in the economic field, from low-level positions to top-level management positions.

Inside a “simulated enterprise” the pupils can occupy different positions, either as a manager or as an employee, in this way being responsible for their tasks and form their entrepreneurship skills. At the same time, in a “simulated enterprise” all processes and transactions are based on real company activities, the company being structured in classic departments: human resources, administrative office, marketing, logistics, accounting etc.

The entire activity of the “simulated enterprise” takes place according to the national law that all real companies respect.

The method “simulated enterprise” has two main characteristics:

- **Virtual:** there are no money and no goods.
- **Realistic:** it uses national commercial laws, information flux and documents circuit.

The constitution of a “simulated enterprise” is based on ROCT (Romanian Branch of Fictive Companies) demands. The documentation required to start a “simulated enterprise” is slightly simplified from the one used in reality because of the necessity to ease the correspondence between the companies and ROCT. Yet, the documentation is mainly according to the O.U.G. 76/2001 with following changes and during classes their real form is presented.

A constituted and authorized “simulated enterprise” is not closed after one or two school years (when pupils are in the XI or XII grade), but is taken by the next generation.

Usually, the main authorized companies are the ones that have as main activity wholesale commerce or services. “Simulated enterprise” based on banks model, production or retail companies are not approved.

The documentation is elaborated in two copies: one is sent by post office at ROCT, and the other one is kept at the fictive company.

After the registration and authorization of the company, a registration certificate and its annexes are issued.

All payment/return operations between different fictive companies made through the ROCT – VIRTUAL BANK. For the success of these operations all fictive companies from Romania have to open a domestic and a foreign account at the ROCT - Virtual Bank. This procedure is valid only for the cash-flow operations, the supply/sale operations being executed directly between the companies.

One of the main key components of the learning process is the simulation of failure and successful situations. Wrong decisions, that in real life could jeopardize the company itself, in a “simulated enterprise” it cannot have a negative impact because of the virtual character of all situations and operations.

The accumulation of certain abilities, skills and professional habits is possible through simulations of different situations that happen inside a real company. It is necessary that this simulation is multiple as structure and consistency.

Different key-competences (e.g. team work, interdisciplinary use of knowledge, communication skills, ability to take decisions) enable the pupils to obtain professional abilities and certain flexibility that are necessary on the labor market nowadays. At the same time, the pupil can discover through different positions held inside a “simulated enterprise” a certain domain for future professional development. In this way, the skills obtained practicing this learning method inside an education establishment can help a young employee to reduce his period of accommodation at his new work place, being already familiar with certain activities from inside a company, this thing being also benefic for the employer.

The power of a “simulated enterprise” is determined by the transactions that are made inside the national and international market of “simulated enterprise” and also by the communication with the external environment of the “simulated enterprise”: cooperation with mother-company/mentor company, other economic agents, state institutions etc.

Inside a “simulated enterprise” a real synergy of interdisciplinary contents is made: economics, accounting, commercial correspondence, foreign languages, informatics, law and legislation, marketing, management etc.

The didactic concept that is at the base of this method is **learning through practice**. It is a simulation of the activity from inside a real company. The motivation is really strong for the pupils to work inside this kind of enterprise because they can put into practice the theoretical knowledge and they can adopt new professional skills.

Next, we have an example of a “simulated enterprise” set up by our pupils at the Economic College “Dimitrie Cantemir” Suceava:

A. Company description

1. Company’s name: F.E. “SVECO EVENTS” S.R.L.

The name of the simulated company it is not only a simple denomination of the company but it also shows that the company was founded of the concept and objective of sustainable development, for creating a better way of life for us and future generations. The name “SVECO” is a compound word: “SV” is the abbreviation for the county where the company has its headquarters, and “ECO” implies the integration of social, economic and environment dimensions of the company.

2. Company’s coordinates:

Headquarter – 17A Lecca Morariu Street, Economic College “Dimitrie Cantemir” Suceava

Motto – “The success of an event is not based on luck; it is more connected to the way it is organized. It is not a thing that you should wait for, but a thing that should be achieved; and the company <SvEco Events> knows this thing!”

Logo -



Slogan –

Web page - www.svecoevents.com

The web page was created regarding the principles of easy usage and of nicely design that attract the mind. Every element was well thought and nothing was left to be settled by chance. They arranged the content, the links and the banners in such a manner that every visitor, every potential client, could find very easily what he is looking for.

SvEco Events company knows how important the internet is for the success of the business and this is why they invested a lot of time, effort and money for the creation of an exquisite web site, full of different useful functions.

Education establishment – Economic College “Dimitrie Cantemir” Suceava

3. Teacher coordinator – Cheaburu Carmen Constanta

4. Contact details – Ungurean Camelia, General Manager

Address: 10 Viitorului Street, C8 building, apartment 18, Suceava

Phone no: 0744987250

E-mail: sandu.alexandra@yahoo.com

6. CAEN code – 7487

7. Unique registration code – 2201612 / 12.11.2007

8. Business entity – F.E. SVECO EVENTS is a Limited company and it has the next characteristics:

- the shareholders liability is limited to shares;

- the activity control can be perform by the shareholders themselves, with the exception when a censor is needed (the number of the shareholders is more than 15);

- a shareholder can retire from the company according to the Constitutive Act and Law 31/1990 modified and republished;

- for the financing and development of the company, a limited body can invoke an external party for capital contribution, which is interested in this matter to become a shareholder; in this way, the company's capital will increase and the party will become a partner.

9. Main activity – SvEco Events has as main activity event planning: weddings, baptisms, anniversaries, surprise parties (private for a company or for a children birthday), balls, business meetings, receptions, dinner parties. The services provided by SvEco Events are:

- room decorations according to the type of party, client's request, different topics;

- guest conveyance;

- renting of means of transport (limousine, carriage);

- fire works;

- corporate events;

- new service : expositions and conferences planning on different topics of present interest, especially the promotions of bio goods.

B. Launching a new service on the Romanian market

The company "SvEco Events" will launch a new service on the Romanian market. It will consist in promoting the organic products provided by companies who wish to use our services, in addition to the task of organizing events.

Companies that are interested in promoting their products are informed that this service will be achieved through conferences and exhibitions. This service will be done at the office of "SvEco Events" in the auditorium of the Economic College "Dimitrie Cantemir".

Please note that the promotion will be achieved through various strategies: logo, business cards, fliers, slogan, posters, website, press articles, advertisements, media and others.

"SvEco Events" has proposed itself to organize conferences and exhibitions that take into account issues that are usually missing or are not completely respected in Romania. To this end, we

want to improve the event process having in mind the organization of valuable and effective conferences and exhibitions. We will take into consideration the format; the implication of the participants (those that will form the audience and also the lecturers); the selection of the best participants and of the highest quality audience; the organization of entertainment activities, in addition to the daily conferences schedule; making exceptional promotional materials for the relevant audience.

We believe that our program to promote organic products and sustainable development, alongside our special competence in event management, the talent and effort of the 17 employees can contribute to solving the larger social and environmental problems which the entire planet is facing today. This is how we take responsibility for the people and for the environment.

If you are interested in acquiring this new service please contact us at: Economic College "Dimitrie Cantemir" - Suceava, 17 A Lecca Morariu Street, tel: 0751253870, 0230/520462, Fax: 0230/520462, Email: mail@svecoevents.com!



SVECO EVENTS
organizări petreceri, nunți, botezuri

Firma Sveco Events vine în întâmpinarea cerințelor clienților noștri și propune pentru dumneavoastră o serie de servicii noi precum realizarea de conferințe și expoziții pe teme ecologice. Nu ratați ocazia de a vă promova produsele ecologice într-un mod educativ.

Sveco Events stă la baza deciziei tale!
Pentru mai multe detalii și rezervații vă așteptăm pe site-ul nostru: www.svecoevents.com, sau la numărul 0230/520.576

EE SvEco Events S.R.L.
Firma organizatoare de evenimente
Suceava, str. Lecca Morariu, nr. 17 A
Telefon: 0230/520.576
Web site: www.svecoevents.com
Prețurile Excelente
Vine în întâmpinarea clienților noștri
Cu un nou serviciu: conferințe și expoziții pe teme ecologice la prețuri incredibile!
Tot ce trebuie să faceți este să luați legătura acum cu consultanții noștri!

RADIO **COMUNICATE DE PRESA**

An effective way to harness the activity of the simulated enterprises is by organizing a “Simulated Enterprises’ Fair”.

Preparing for the fair sets a new challenge for the simulated enterprises. Meeting business partners and direct communication with them is possible only through business fairs. Students can negotiate in real time, they can learn how to conduct business and they develop self-confidence.

The experience of leading direct negotiations and the team spirit that is gained throughout the process can be practiced successfully only in a “Simulated Enterprises’ Fair”. After the ending of the fair, the execution of the deliveries, the signing of contracts and settlement of invoices will also make students more experienced.

The role of the fair:

- Recognition of student work;
- A way to express creativity;
- Conducting direct transactions with other simulated enterprises;
- Promoting locally the concept of the “simulated enterprise”;
- The possibility of obtaining funding sources for activities of the enterprise;
- Involving parents and the local community within the work of the students.

Objectives:

- Motivation to achieve results;
- Empowering students;

- Creating a simulated business environment as close as possible to a real business environment;
- Skills training;
- Business language acquisition;
- Developing negotiation skills in business development.

As a further step in promoting this learning method, Economic College "Dimitrie Cantemir" Suceava coordinates at European level in the period 2014 - 2016, the Erasmus + project - Strategic Partnerships for vocational education and training, title "**Simulation for entrepreneurship**". The partners in this project are: International Business College Hetzendorf Vienna, Austria, Business Academy South West (EASV) Esbjerg, Denmark, Vetschool La Salle - La Seu d'Urgell, Catalonia, Spain, The School of Accounting and Administration of PORTO - ISCAP, Portugal, Chamber of Commerce and Industry PAPHOS, Cyprus Chamber of Commerce and Industry Suceava, Romania.

ENTRE4FUTURE consortium variety of institutions operating in different ways. This are: three VET high universities (one is national innovation Business Academies within the field of Entrepreneurship), organisation with chambers of commerce. Additionally relevantly related to different target will make the direct contact with them



constitutes a balanced set of a different domains and in schools, two economics centre appointed by Danish Innovation & role of labor market and two consortium organisations are groups and stakeholders, what easier.

The overall objective of the professional practice and education with partners from Europe on issues related to textbooks, curricula and teaching methodologies for the simulation as an effective method to youth entrepreneurship education, transfer of innovative technologies used in business simulation between - undergraduate two levels of school education and higher VET.

At European level, the concern for the promotion and development of entrepreneurship is found in the most strategic documents, beginning with "Lisbon Strategy" and continuing with "Partnership for growth and employment" or "Action Plan for Entrepreneurship".

In order for the Lisbon strategy for jobs to be successful, it must foster the stimulation of entrepreneurship among young people, encourage innovative business and start promoting a more favorable culture of entrepreneurship. The role of education in promoting entrepreneurship, starting at early ages, is now generally recognized.

Adapting to new requirements of the market economy involves acquiring those skills which will develop among students high professionalism, initiative, insight, ability to operate effectively in a dynamic and competitive economic environment.

Today, in a society dominated by competing, the entrepreneurship is a necessary competence for all, helping young people to become more creative and even more confident in any activity they undertake.

The "Simulated Enterprise" - a complex method, with good results - is an attractive challenge for both the students and the economics teachers from the Economic College "Dimitrie Cantemir" in Suceava.

References

Mariana Bara and other-Methodological Guide "Guide of training firm - Best practice "- National Center for Development of Technical and Vocational Education, 2012

1.2.DEVELOPING ATTITUDES THROUGH EDUCATIONAL PROJECTS

Teacher Silvia Braniște
Student Mihaela Braniște
Colegiul Financiar-Bancar
Chișinău, Moldova

The teaching staff becomes involved in issues deriving from unethical behaviour because they are all around us and teachers cannot turn away from them. Besides, it is difficult to teach theories of economics and business when you feel the emptiness of information in front of the existing reality.

The demands for teachers' attention and concern have never been greater. Besides cultivating desired attitudes during the schooling process teachers should make a continuous effort of studying their own moral beliefs and conduct, and striving to ensure that they, and the institutions they belong to, live up by standards that are solidly-based. Moreover, there should be some tools to identify if the learning process has some positive impact on the way students think, and to measure the attitudes and beliefs students hold and the way they behave.

Humans form likes and dislikes almost from the moment they first gain consciousness and they convey their beliefs on a daily basis. Our attitudes on issues and about things are directly linked to our personal thoughts and feelings. But to what degree do these things change the attitudes and behaviour of people? This is the art of attitude change, and it is important to understand what attitudes are and how they can be affected.

Attitudes are hard to define or explain. Because of this, very few teachers would be able to list all the attitudes that they would like their students to have. It should be clear what the students need to learn, and teachers must try to make sure that the students learn the right attitudes.

So, the attitude is:

- An evaluation/appreciation of a person, object, or idea;
- A tendency to behave or think in a certain way etc.

Attitudes can be broken down into three different components:

Affective Component - This consists of the emotional reactions people have to attitude objects. For instance, hearing the voice of a favourite singer and having feelings of happiness or excitement.

Behavioural Component - This consists of actions or observable behaviour that is the result of an attitude object. If you hear a song you like you might then spend all your free time listening to this album. The attitude object has changed your behaviour and actions.

Cognitive Component – These are the thoughts and beliefs people have about an attitude object. For instance, you might like a singer because he or she has a melodic voice and catchy lyrics. You might also believe that the singer is a lot like you are which makes the music easier to relate to.

When these three components are combined they work to create an overall attitude about an attitude object.

Attitudes can change for a number of reasons. It is a key interest of pedagogues and psychologists to understand what makes people change their beliefs or opinions. Attitudes most commonly change in response to social influence. To make wide scale changes and convince a lot of people to have a certain attitude about something is very difficult. One way that mass change can be orchestrated is through the use of persuasive communication.

It has often been said that *the attitudes learned during training are the most important part of the training*. At the same time other people say that attitudes cannot be taught. What is the truth?

Certainly attitudes are formed or changed during training. This is quite clear to anyone who has worked with students and watched them develop over a period of time. Compare the attitudes of students who have completed a long period of training with the attitudes of a group who are just starting. The differences will usually be obvious. But how has this change taken place? Has the change been caused by the course? Can teachers control changes in attitude?

And here is another problem for teachers: attitudes are not easy to teach and measure. Usually, attitude is taught to children unconsciously, by coincidence but to be responsible adults we need to teach it consciously and deliberately.

Attitude is both the key to surviving adversity and the most basic foundation for building a good life. Attitude is more basic, more elementary, than academics. And may be, the schooling process needs to be about attitude, not only academic knowledge. We consider that academic knowledge, skills and information are important, but only after they can be acquired in the context of a good attitude towards life and learning. We, as a society, have discovered that we are headed towards a dead end and we need to launch ourselves and especially our children onto a sustainable schooling process if we want humanity to survive.

How to teach attitudes? There are no guaranteed methods of teaching attitudes. Teachers must be aware that all of the experiences that students have may change their attitudes. But no single experience can be certain of having a specific effect on all students.

There are general methods which teachers can use: providing information, providing examples or models, providing experience, providing discussion, using role-playing exercises etc.

Even if you use all the methods, you must be aware that students' attitudes may be shaped by events which you have no control over. For example, students will read books, talk to people outside the school, and spend time with their families. The students will also have formed many of their attitudes before they meet the teacher. It is important therefore that you try to influence their attitudes as much as possible and that you do it correctly.

Even if it is difficult, one of the appeals of attitudes is that they **can** be measured and that, as they can be measured, we can assess how they might affect behaviour and how things like time and social pressure change them.

There are several ways of measuring attitudes, but the most popular are the self-report versions:

- **Likert Scales:** type of scale in which a statement about something is made and is then followed by a series of numbers which people can choose to show how much they agree with something. If you then sum the numbers for several statements and you can come up with a score that represents the person's attitude towards the subject.

- **Semantic Differential Scales:** a single attitude may include different meanings or qualities of evaluation. For example, a negative attitude about children from vulnerable families might be made up of several beliefs or values like good/bad, honest/dishonest etc.

- **Projective Techniques:**

a) *Projective tests* have been developed out of the psychoanalytic tradition of research and therapy. They are based on the Freudian notion that when we are confronted by an abstract or ambiguous picture, some of our inner thoughts, protected because they produce anxiety, are partially revealed by the way we project our interpretations onto the display.

b) *Thematic Apperception Test (TAT)* is a picture, often of people with their emotional expressions ambiguous or hidden, about which, the test-taker is asked, 'What is happening?'

These tests belong in the unstructured, disguised section of the quadrant formed by these two dimensions. It is claimed that their open-endedness produces richer information and that their

disguised nature provides genuine data, unbiased by people guessing the researcher's (or teacher's) intent. It is argued that the tests can be used to measure such factors as the affective, usually hidden, component of attitudes. They have very often been used to assess concealed aggression, hostility, anxiety and so on in hypothesis testing work.

Weaknesses of Projective Techniques

1. Being open-ended and initially qualitative, the tests are suspect for their reliability. In other words if one person uses this test to ask questions will they score it in the same way as someone else?
2. Even if reliability is good, can we be sure that the test is measuring what it is supposed to be measuring?

So, if you want to test the reliability of these methods, then using one of them to measure an attitude you should get a correlation with the scores when you use another method to measure the same attitude. The Likert questionnaire and the Semantic Differential Scale should each have at least ten statements and the Projective test should have at least three blots with questions about feelings attached.

Attention to developing attitudes is necessary throughout the schooling process. To address this matter further, we will discuss about forming attitudes through involvement in educational projects. Due to the specific character of international educational projects, students and teachers not only have a concrete opportunity for intercultural exchange and cooperation, they are also encouraged to look beyond their own lives and horizons and are challenged to question their values and attitudes. Seeing the world through different lenses enhances critical thinking and empathy.

International educational projects are among the core priorities of the Financial-Banking College from Chisinau, the Republic of Moldova. Since 2013 teachers and students of Financial-Banking College are an active part of ACES - one of the largest school networks in Central and South Eastern Europe aiming at the promotion of dialogue and cross-border cooperation of young people and schools.

ACES was initiated in 2006 by ERSTE Foundation (Vienna, Austria) and is coordinated by Interkulturelles Zentrum (Vienna, Austria) in cooperation with Nadácia Slovenskej sporiteľne (Bratislava, Slovakia). Fifteen countries are involved: Albania, Austria, Bosnia and Herzegovina, Bulgaria, Croatia, Czech Republic, Hungary, Kosovo, Macedonia, Moldova, Montenegro, Romania, Serbia, Slovak Republic and Slovenia. The initiative is supported by the ministries of education of all participating countries and is also associated with the EU Strategy for the Danube Region (EUSDR), Priority Area 09 "People & Skills".

The core of aces is a periodic project competition and support scheme for international school partnerships with concrete opportunities for mobility and exchange. International conferences for delegations of the awarded project schools offer additional platforms for joint work and training. School projects such as aces provide a framework for combined learning, training, information, action and new encounters. Any project can be a field of learning for active participation which is crucial to aces and promotes the idea of equal partners and shared responsibilities.

The topic for 2015-2016 is "*Embracing solidarity: We care, dare and share!*" **aces** aims for a society in which people care about each other, not only themselves or their kin, a place where people not only claim their rights but also see the responsibility they have for the wellbeing of all. It is in this spirit that they undertake initiatives for and together with those whose voices often aren't heard. We believe that solidarity is of utmost importance and one of the main values for social cohesion and a more sustainable world. This project is a source of suitable learning activities, innovative teaching methods, on-line tools, publications worth reading and inspirational websites.

One of the main aims of aces is to contribute to the development of *educational quality and innovation* in the region. During the aces events we always experience a great demand by participants

to get acquainted with innovative ways of teaching and learning, with unfamiliar approaches, practical tools, new materials and methods for classroom or extracurricular activities.

At the same time, the aces network highly benefits from the fact that it is a **community of practitioners**. Therefore, aces website has an entire section dedicated to “aces treasures”, namely methods, tools and materials which were shared at international events or have inspired the schools’ project work.

As for the methods, many of them had originally been developed in **non-formal educational contexts**. Therefore, some of these approaches had to be adapted for a traditional school setting with its limitations (duration of lessons, less flexibility, limited possibilities concerning material, equipment, space, preparation, concentration, etc.). There is also a toolbox with essential online resources for working. Whenever you are looking for inspirations for proper classroom activities, cool tools for online collaboration, profound background information or general tips for educational projects, it is all inside. There is also a handbook for international school projects-the result of seven years of aces experiences. It offers information, tools, recommendations as well as examples of good practice, taken from the vast treasure chest of aces projects, which demonstrate what international educational projects are all about. It helps to navigate successfully through different stages, to handle challenges along the way and to get the best results and learning experiences.

Speaking about the Republic of Moldova and reviewing the current literature, it can be mentioned that the attention and emphasis given to these issues have increased, the importance of cultivating attitudes has been acknowledged, but still very few schools have responded to these challenges.

Nevertheless, we believe that the goal of education comes alive not only by accumulating knowledge and developing abilities to do something, but focusing on values, attitudes and behaviours, as well. Thus, pupils need to feel that the world cares about them, they need to know that the way of thinking, attitudes can change when involved in new roles, when given the freedom to choose, to decide, when working together with an emphasis on learning from experience and sharing what you have.

1.3. NECESITATEA DIDACTICILOR ALTERNATIVE ÎN ACTIVITATEA DE PREDARE-ÎNVĂȚARE-EVALUARE

**Lector univ. dr. Eși Marius-Costel
Facultatea de Științe ale Educației
Universitatea „Ștefan cel Mare”
Suceava, Romania**

Abstract

The innovation issue concerning didactics highlights – during the last years – a series of features that prove their applicability in relation to new needs and requirements stated by the education market. Therefore, to incorporate a didactical strategy (or an educational one, on a larger scale) in their practice, educational representatives have to consider an implementation method that could provide a successful result in classroom. Nevertheless, as it is well known, not always what is implemented in theory finds easily its applicability in practice. Hence the idea of an alternative teaching becomes more than necessary given that the level of teaching-learning-assessment processes require a clear methodological change.

Keywords: *alternative didactics, disciplinary field, complementary teaching, intuitive didactics*

Teoria câmpului disciplinar

Susținerea și promovarea calității la nivelul activității de predare-învățare-evaluare se poate materializa într-un mediu educațional ținând cont de un context didactic bine conturat. Altfel spus, un astfel de mediu trebuie, în opinia noastră, să pună în evidență modalități specifice de formare de (noi) competențe. Altfel spus, astfel de competențe reprezintă rezultatul unor modalități specifice de raționalizare didactică la nivelul clasei de elevi. Un astfel de exemplu îl constituie însuși domeniul didacticii de specialitate. Validitatea actului educațional este dată, în acest sens, de modalitatea de a transpune (predare-învățare-evaluare) un anumit conținut curricular în raport cu ideea de transpoziție didactică¹.

Or, această idee de transpoziție didactică exprimă în fond gradul de științificizare a modului în care se concretizează o activitate didactică. Regăsită îndeosebi în domeniul științelor educației și cu aplicabilitate, desigur, în alte domenii, putem afirma că necesitatea acesteia devine relevantă îndeosebi în câmpul aplicațiilor de natură practică (exemplul concludent îl constituie clasa de elevi)². Mai mult, existența unui contract didactic (atitudinea/ comportamentul elevului așteptat de profesor și atitudinea/ comportamentul profesorului așteptat de către elev), introdus de Guy Brousseau (1978)³, pune în evidență condiționarea triadică *elev, profesor, informație*.

În societatea educațională actuală, abordarea epistemologică a acestei triade presupune, din punctul nostru de vedere, o abordare schimbată. O astfel de asumție se justifică în măsura în care remarcăm că în măsura în care putem vorbi despre o creștere a cunoașterii științifice, nu putem accepta în plan metodologic aceeași didactică obsolescentă. Este adevărat, că fundamentul se poate păstra în condițiile în care se cunosc atât scopul, cât și obiectivele operaționale. Din punctul nostru de vedere, doar modalitatea de a implementa și de a transpune un anumit conținut didactic trebuie să fie cu totul alta.

În acest sens, propunem un concept care vine în sprijinul teoriei anterior asumate. Un astfel de concept este cel de „câmp disciplinar”, iar despre modul în care acesta ia naștere în dimensiunea cunoașterii științifice în raport cu un alt concept și anume, cel de „teseract”, am discutat anterior apariției acestui curs, într-unul dintre articolele de specialitate⁴. Reiterând totuși principalele idei prezentate cu alte ocazii, idei generate de teoria câmpului disciplinar (este evidentă asumarea acesteia din perspectivă epistemologică), nu putem decât să observăm pragmatismul pe care aceasta îl presupune în ceea ce privește uzitarea unor noi tipuri de didactici în procesul de predare-învățare-evaluare.

De altfel, reprezentările pragmatice cu privire la conceptul de „câmp disciplinar” necesare în procesul de înțelegere a ideii de *didactică alternativă* oferă o perspectivă metodologică aparte, în cadrul căruia sunt evidente pe lângă conexiunile conceptual teoretice (inter-, pluri- și

¹ Alain Mercier, „La transposition des objets d’enseignement et la définition de l’espace didactique, en mathématiques”, *Revue Française de Pédagogie*, n° 141, octobre-novembre-décembre, Lyon, 2002, pp. 135-171.

² Philippe Perrenoud, „La transposition didactique à partir de pratiques: des savoirs aux compétences”, http://www.unige.ch/fapse/SSE/teachers/perrenoud/php_main/php_1998/1998_26.html [accesat și consultat la 21.10.2012].

³ IREM Bordeaux 1, „Etude de l’influence de l’interprétation des activités didactiques sur les échecs électifs de l’enfant en mathématiques” [Projet de recherche CNRS], *Enseignement élémentaires des mathématiques, Cahier de l’IREM de Bordeaux 1*, nr. 18, 1978, pp.170-181.

⁴ Eși Marius – Costel, „Adapting and integrating alternative didactics in the teaching-learning-assessment system in relation to the concept of “disciplinary field”. *International Journal of Social and Educational Innovation*, Volume 2, Issue 3, 2015, pp. 7-12.

transdisciplinare) o serie de abordări metadidactice (ceea ce depășește câmpul de aplicabilitate existent până în prezent și care lasă loc, în același timp, unor noi potențiale interpretări⁵). Astfel, implementarea și utilizarea conceptului de „câmp disciplinar” la nivelul procesului de predare-învățare-evaluare relevă necesitatea ideii de didactică alternativă în sfera educațională. Așadar, un câmp disciplinar își dovedește aplicabilitatea în dimensiunea didacticii tocmai prin conexiunile și corelațiile pe care le poate genera în raport cu nivelurile de corespondență a conținuturilor științifice.

Această asumție se justifică, în opinia noastră, tocmai prin faptul că în societatea actuală nu mai putem rămâne ancorați într-o didactică perimată, în care sunt amintite și explicitate o serie de strategii didactice (metode, mijloace, modalități) fără însă un suport pragmatic real/ realist la clasă. Reprezentarea ideii de *câmp disciplinar* este, din punctul nostru de vedere, una extrem de simplă.

Un astfel de câmp disciplinar se poate extinde spre orice dimensiune, generând din punct de vedere al contextului în care cunoașterea se cuantifică, generând astfel universul lumilor posibile. Mai mult, un astfel de câmp disciplinar poate avea o intensiune mai mică sau mai mare, în funcție de proprietățile pe care le asimilează prin aplicabilitatea conținuturilor științifice. Prin *intensiunea* unui câmp disciplinar înțelegem proprietățile apărute din intersecția mai multor dimensiuni disciplinare. Altfel spus, intensiunea unui câmp disciplinar poate fi identificată tocmai în punctul comun dintre conexiunile/ zonele de convergență ale dimensiunilor disciplinare.

Cu toate acestea, cu privire la ideea de câmp disciplinar considerăm necesară o precizare referitoare la sfera de cuprindere a conținutului științific pe care respectivul câmp îl include. Altfel spus, precizarea pe care dorim să o facem este aceea că un câmp disciplinar poate fi sinonim și cu o disciplină oarecare prin simplul fapt că înglobează în sfera sa conținutul științific al acesteia. Pe de altă parte, un câmp disciplinar, poate fi și rezultatul conexiunilor conținuturilor mai multor discipline.

Totodată, atunci când vorbim despre teoria câmpurilor disciplinare trebuie să avem în vedere acele conexiuni conceptuale/ teoretice/ metodologice menite să deschidă noi opțiuni în ceea ce privește asumarea, implementarea și explicitarea conținuturilor științifice. Cu alte cuvinte, avem în vedere, în acest context și acele conexiuni posibile/ existente între diferite câmpuri disciplinare. Există situații când în dimensiunea cunoașterii științifice astfel de conexiuni sunt mai greu de realizat și, mai mult, de identificat utilitatea practică a acestora.

Totuși, în istoria gândirii umane regăsim o serie de exemple care vin să susțină o serie astfel de corelații care, într-un alt timp, ar fi fost de neconceput (cum ar de exemplu, teoria complementarității⁶). De asemenea, cu privire la acest aspect considerăm relevant să amintim că prin corelațiile asumate, corelații de natuă conceptuală/ teoretică/ metodologică este posibilă o „creștere a cunoașterii științifice”⁷.

Conceptul de „câmp disciplinar” și relevanța acestuia într-o teorie a didacticilor alternative

Astfel de problematici prin care este dezvoltată o teorie a câmpului disciplinar nu fac decât să releve o realitate care nu este compatibilă de fiecare dată cu imaginea ideală a ceea ce reprezintă o

⁵ Este evident pentru noi faptul că printr-o astfel de metadidactică, asumarea de către actorii educaționali a noilor didactici este pe deplin justificată, mai ales în condițiile în care prin intermediul acesteia se manifestă ceea ce în literatura de specialitate regăsim sub numele de paradigmă didactică. Altfel spus, prin metadidactică, oricare ar fi câmpul didactic nou apărut, acesta va rămâne deschis în fața unor noi forme de cunoaștere științifică/ intuitivă.

⁶ Eși, Marius Costel, “The idea of complementarity between science and education”. In *Proceedings of International Conference on Biology, Environment and Chemistry*, (ICBEC 2010) IEEE Catalog Number: CFP1002M-PRT; ISBN: 978 – 1- 4244-9155-1; ISBN: 978 -1 4244-9157-5, pp. 410-41.

⁷ Karl Popper, *Conjecturi și infirmări*, Editura Trei, București, 2001.

activitate didactică. În aceste condiții, ne întrebăm dacă nu cumva în societatea actuală, demersul educațional trebuie să aibă parte și de o didactică "realistă", construită pe niveluri de realitate specifice. Mai mult, credem că experiența dascălului poate contribui cel puțin parțial la rezolvarea unor astfel de situații problematice.

Situațiile problematice evidențiază în fond o serie de aspecte care nu își pot găsi întotdeauna rezolvarea prin intermediul unei abordări didactice în sens tradițional. De aceea, credem că este necesar ca în procesul de predare-învățare-evaluare și, în virtutea noilor modalități de abordare a unui conținut didactic, să luăm în considerare ideea didacticilor alternative. Altfel spus, încercarea noastră este focalizată pe identificarea acelor modalități de transmitere-receptare a conținuturilor curriculare din perspectiva abordărilor interdisciplinare (de exemplu, găsirea unui punct de convergență între o didactică a managementului și o didactică a marketingului, sau o didactică a fizicii și o didactică a chimiei, sau chiar o didactică a economiei și o didactică a matematicii). Astfel de abordări le-am putea denumi *didactici interdisciplinare* (sau *didactici de tip complementar*). Desigur, o astfel de analiză își dovedește validitatea în măsura în care și rezultatele obținute pot genera acea plusvaloare la nivelul unui utilitarism didacticist. Or, cum rezistența la schimbare este destul de mare, nu putem decât să ne asumăm, în acest context pur teoretic, o astfel de idee, cea a necesității în activitatea instructivă a didacticilor interdisciplinare.

Susținerea unei astfel de asumții presupune luarea în considerare și implementarea unei noi metodologii menite să reflecte îndeosebi, pe de o parte, transferul conceptual și metodologic de teorii/concepte, iar pe de altă parte, utilitatea acestora în activitatea instructivă. Mai mult, aceste aspecte, care țin în opinia noastră, de o didactică marginală evidențiază în fond modalitățile de exprimare a nevoilor educaționale, sociale și economice. Este drept, că nu putem aprecia în ce măsură dascăli aflați în faza de debut a profesoratului pot beneficia de experiență în rezolvarea probelelor ce țin de dimensiunea didacticii marginale. Totuși, un prim argument pe care îl putem aduce în sprijinul ideii că dascăli debutanți pot "trece" în mod ușor peste astfel de situații didactice este acela care face referire la practica psihopedagogică.

Desigur, în momentul în care urmărim analiza unei didactici epistemologice, trebuie să luăm în considerare aspectele care evidențiază „fundamentarea empirică a didacticii”⁸. Această idee nu este una nouă, fiind adusă în discuție de către Ernst Meumann. Astfel, în opinia acestuia bazele științifice ale didacticii pot avea parte de o analiză relevantă în măsura în care sunt analizate, pe de o parte, munca elevului, iar pe de altă parte, cea a profesorilor. Astfel, ținându-se cont de obiectul disciplinei și de mijloacele utilizate de către profesori, aspecte coroborate cu munca prestată de elevi, se pot pune bazele științifice a teoriei didacticii. O astfel de abordare, opinia lui Ernst Meumann, trebuie să țină cont de: (1) teoria aptitudinii (speciale/ generale), (2) teoria științifică a muncii și a aspectelor legate de ergonomia acesteia, (3) analiza muncii specifice fiecărei discipline școlare și de principalele condiționări care fac posibilă o astfel de situație.⁹ Prin urmare, Ernst Meumann consideră că fundamentul unei didactici științifice este dat de însăși o teorie a muncii și a aptitudinilor.

O didactică intuitivă se bazează în opinia noastră pe conceptul de „intuiție” și implicit, pe cel de reprezentare. Mai mult, am putea corela astfel de idei cu cea de cercetare empirică bazată pe observare și experiment. Valorificarea cunoașterii prin reelaborarea conținuturilor acesteia în raport cu o didactică intuitivă evidențiază la nivel educațional o "schemă cognitivă personalizată" a discursului didactic, schemă prin intermediul căreia se poate asigura, din punctul nostru de vedere, performanța comunicării didactice.

⁸ Ernst Meumann, *Prelegeri introductive în pedagogia experimentală și bazele ei psihologice*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1980, p. 156.

⁹ *Ibidem*, p. 157.

Concluzionând, putem remarca în plan epistemologic faptul că ideea didacticilor alternative poate fi susținută în condițiile în care aplicabilitatea acesteia evidențiază, pe de o parte, metode specifice de lucru în raport cu nevoile educabililor, cât și cu cerințele comunității, iar pe de altă parte, o organizare clară și concretă a procesului de învățare aflată în concordanță cu însăși ideea de „câmp disciplinar”. Prin urmare, o abordare epistemologică a structurilor cognoscibile urmărește operaționalizarea obiectivelor propuse și dobândirea de competențe de natură interdisciplinară, menite să susțină necesitatea în plan educațional a unei taxonomii didactice și implicit, a aplicabilității acesteia în mediul educațional, dar și științific.

Bibliografie:

1. Eși, Marius – Costel, “Adapting and integrating alternative didactics in the teaching-learning-assessment system in relation to the concept of “disciplinary field”. *International Journal of Social and Educational Innovation*, Volume 2, Issue 3, 2015, pp. 7-12.
2. Eși, Marius Costel, “The idea of complementarity between science and education”. In *Proceedings of International Conference on Biology, Environment and Chemistry*, (ICBEC 2010) IEEE Catalog Number: CFP1002M-PRT; ISBN: 978 – 1- 4244-9155-1; ISBN: 978 -1 4244-9157-5, pp. 410-411.
3. Mercier, Alain, ”La transposition des objets d’enseignement et la définition de l’espace didactique, en mathématiques”, *Revue Française de Pédagogie*, n° 141, octobre-novembre-décembre, Lyon, 2002, pp. 135-171.
4. Meumann, Ernst, *Prelegeri introductive în pedagogia experimentală și bazele ei psihologice*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1980, p. 156.
5. Philippe Perrenoud, "La transposition didactique à partir de pratiques: des savoirs aux compétences", http://www.unige.ch/fapse/SSE/teachers/perrenoud/php_main/php_1998/1998_26.html [accesat și consultat la 21.10.2015].
6. IREM Bordeaux 1, ”Etude de l'influence de l'interprétation des activités didactiques sur les échecs électifs de l'enfant en mathématiques” [Projet de recherche CNRS], *Enseignement élémentaires des mathématiques, Cahier de l'IREM de Bordeaux 1*, nr. 18, 1978, pp.170-181.
7. Popper, Karl *Conjecturi și infirmări*, Editura Trei, București, 2001.

1.4. MOTIVAREA ÎN CADRUL FIRMEI DE EXERCITIU

**prof. Stratulat Elena
elev Popovici Radu-Cristian
Instituția Publică Centrul de Excelență în Informatică și Tehnologii Informaționale
oraș Chișinău, Republica Moldova**

Abstract

The training firm is a complex method of learning, an attractive provocation for students and teachers. Within the training firm, teachers-coordonators must motivate the students to practice the activities independent and in group.



Motivation is the sum of inner and external energies that initiate and conduct the human behavior to some intent. At the base of human behavior there lies a reason, that is an expression of needs and expectations, as well as rewards and stimulents..

Motivation within the training firm is a very important aspect because it is a primary factor in the firm's success. The training firm offers the participants possibilities to evaluate the students' performances and facilitating their development as a person as well as their academical succes, also it contributes at improving their planification skills for the future career. If within a real firm, people are motivated by salary, awards, professional growth, within the training firm people are motivated by marks, diplomas, awards and participation at all sorts of events.

The training firm lesson is organized in another way other than regular lessons, it is more enjoyable and efficient. The lesson is an activity based on creativity, hard work in groups and very close relationships between teachers and students. This lesson is a lot more interesting through the aspect of dividing the roles, receiving some obligations and responsibilities also through the feeling of seriousness in everything you do.

Beside the training firm's main activities, there are organized a big variety of events, for exemple: the firm's start, conferences, work-shops, round table conferences, meetings with other firms, corporative parties, participation at national and international contests and other activities.

The firm's start is a very important stage in the firm's activity that is based on analizing the students' ideas, studying everyone's abilities and giving each student the fitting job withing the firm. The start's main role is the publication of the information about the firm and recognizing it by the students and teachers from other firms.

The conferences and especially press-conferences are meetings with media representants. The meeting is always very important because the participants are asked a lot of questions that can be answered only with a very good preparation. The biggest advantage of conferences is the fact that they can present a new product in the most effective way and make new relationships with other firms

The round table meetings are a very good occasions to discuss the problems that the training firm is facing, some new opportunities or strategies. A meeting is held at the begging of every lesson to share the tasks for the current day. The round table meetings motivate students to work twice as hard, as well as develop collective-working abilites.

Meeting with other firms are also a very important aspect of training firm because you can share experience with others, collect new ideas or share yours.

Corporative parties are without a doubt the most waited events. It is a very good opportunity to motivate the firm's employers and the manager can show his respect to everyone so they can work with more passion.

National and international contests are the most important events that the training firm can attend to. Within them, students can make virtual trades with other firms or with the guests. At the contest, students simulate comercial activities and necogiation techniques. Even if in the virtual firms you don't use money or goods, students can learn a lot of very useful things from there: about how a real firm works, about negotiation, delivery, comunication and so on.

In conclusion, we want to mention that the students that have passed the training firm's course can easier find a job and adapt to it. Only motivated employers can bring success to a firm that wants to accomplish it's goals.

Firma de Exercițiu este o metodă complexă de învățare, este o provocare atractivă atât pentru elevi, cât și pentru profesori. În cadrul firmei de exercițiu profesorii-coordonatori trebuie să motiveze elevii să desfășoare activități practice atât în mod independent, cât și în grup.

Motivația este suma forțelor energiilor interne și externe care inițiază și dirijează comportamentul uman spre un scop anumit. La baza comportamentului uman stau motivele, ce sânt

resimțite ca expresie a *nevoilor* și *așteptărilor* umane, precum și *recompensele* și *stimulentele*. Cuvântul „motivație” provine din limba latină de la cuvântul „movere” – ceea ce înseamnă deplasare.

Nevoile sunt definite ca lipsuri pe care le resimte la un moment dat individul. *Așteptările* sunt credințele indivizilor în existența unor șanse ce pot fi obținute printr-un nivel al eforturilor și performanței. Nevoile sunt *primare* - hrană, somn, adăpost etc. – satisfacerea cărora asigură existența speciei umane. Nevoile *secundare* sau sociale țin de aspectul psihologic sau intelectual al individului.

Recompensa este tot ceea ce omul consideră prețios pentru el. Astfel pentru diferiți oameni *recompensele* sunt diferite. Recompensele sau stimulentele sunt de două tipuri: interne și externe. *Stimulentele interne (individuale)* sunt satisfacțiile primite de om de la procesul de realizare a unei activități și depind de sistemul de valori, inereșele, atitudinile, comportamentele, percepția sarcinilor. Stimulentele externe sunt beneficiile obținute de om din partea organizației: sistemul de salarizare, sistemul de control-spraveghere, timpul liber, grupul de muncă, cariera, simboluri de statut și prestigiu.

Recompense și sancțiuni				
Formal economice	Formal moral-spirituale	Formal complexe	Informal economice	Informal moral - spirituale
Salariul Prima Automobil de serviciu Locuință Penalizare Amendă.	Ordine, medalii, titluri Avertisment scris Mustrare scrisă.	Promovare Suspendare temporară Retrogradarea din post Destituire.	Cadou Masă festivă Bacșiș.	Laudă Mulțumire Acordarea încrederii Disprețul Critica.

Motivarea în cadrul firmei de exercițiu este un aspect de o importanță majoră deoarece din aceasta derivă succesele în cadrul firmei de exercițiu. Firma de exercițiu oferă participanților o serie de posibilități pentru evaluarea performanțelor elevilor facilitând aprecierea evoluției lor ca persoană și a realizărilor lor academice, contribuie la perfecționarea abilităților de planificare a educației și a carierei.

Dacă într-o firmă reală persoanele sunt motivate prin salariu, premii, creștere profesională, etc., în cadrul firmei de exercițiu elevii sunt stimulați prin note, diplome, premii, participări la diverse activități etc. Menținerea unei motivații puternice, a interesului elevilor în activitatea lor la firma de exercițiu este unul din aspectele principale ale dezvoltării abilităților și competențelor profesionale în cadrul lecțiilor.

Ora de firmă de exercițiu este organizată în alt mod față de lecțiile obișnuite fiind mult mai interactivă și mai productivă. Lecția este o activitate bazată pe creativitate, muncă asiduă în grup și relațiile strânse dintre elev-profesor. Această lecție este mult mai interesantă prin aspectul împărțirii funcțiilor, primirea unor obligații și responsabilități, cât și sentimentul de seriozitate în tot ce faci.

Pe lângă activitățile de bază ale firmei de exercițiu, este necesară organizarea în cadrul firmei de exercițiu a diferitor evenimente, printre care:

- Lansarea firmei;
- conferințe;
- work-shop-uri;
- mese rotunde;
- diverse întâlniri cu agenții economici;
- petrecerile corporative;
- participarea la târguri naționale și internaționale;
- alte activități.

Lansarea firmei este o etapă importantă în activitatea firmei de exercițiu care se bazează pe analizarea ideilor tuturor elevilor, studierea abilităților fiecărui elev în parte și asocierea lor la rolul potrivit în cadrul firmei. Lansarea are drept scop publicarea informației despre firmă pe plan local și recunoașterea activităților efectuate de elevii firmei de exercițiu din alte firme, de către profesorii și conducerea instituțiilor de învățământ. Ca efect pozitiv a lansării putem menționa motivarea elevilor pentru participarea mai activă în cadrul firmei de exercițiu, posibilități de inițiere a parteneriatului de lucru, noi contacte, păreri și un feed-back ce poate ajuta mult firmei de exercițiu în planificarea activităților pe viitor.



Conferințele, și în special conferințele de presă, sunt niște întâlniri cu reprezentanții media. Întâlnirea este întotdeauna foarte importantă deoarece participanții sunt supuși unui șir de întrebări la care pot răspunde doar având o organizație excepțională și o transmitere clară a mesajului firmei către ascultători. Conferința poate fi parte a unei manifestări generale, însoțind lansarea, prezentarea, festivalul, aniversarea sau orice altă ocazie pentru firmă de a comunica mesajul și a-l transmite către public. O astfel de activitate este organizată o dată sau de două ori pe an și este o ocazie în plus de a le demonstra celorlalți elevi din instituția de învățământ care este rostul firmei de exercițiu și astfel elevii pot fi făcuți auziți și cunoscuți. Avantajele cele mai mari ale conferințelor sunt informarea unui cerc mai larg de potențiali cumpărători a produselor lor în cadrul firmei de exercițiu și un prilej bun de a lansa un produs nou sau de a informa pe alții despre avantajele firmei voastre față de altele concurente.

Mesele rotunde sunt un prilej bun în cadrul firmei de exercițiu de a discuta problemele cu care firma se confruntă, diferite oportunități sau strategii pe viitor. O adunare din toți membrii este petrecută la începutul fiecărei lecții pentru a distribui sarcinile pe ziua curentă. Mesele rotunde motivează elevii pentru a lucra mai sârguincios, de asemenea le antrenează abilități de lucru în echipă și de luare de decizii în grup.



Întâlnirile cu agenții economici sunt un aspect de asemenea important în activitatea firmei de exercițiu deoarece acesta este un prilej de a căpăta experiență prețioasă pe viitor de la agenții economici experimentați, care cunosc toate particularitățile activității unei firme. Experiența căpătată va fi de folos nu doar în activitatea firmei de exercițiu ci și în munca practică pe viitor.

Petrecerile corporative sunt fără îndoială cele mai așteptate evenimente din agenda unei firme de exercițiu. Este o foarte bună oportunitate de motivare a tuturor participanților la activitatea firmei de exercițiu. Managerul are ocazia să demonstreze că-și respectă angajații, iar aceștia sunt stimulați să muncească cu sârguință dublă. De asemenea aceste petreceri deschid oportunități de a stabili noi contacte și relații sau de a consolida relațiile de parteneriat deja existente.

Târgurile naționale și internaționale sunt cele mai importante evenimente la care poate participa firma de exercițiu. În cadrul lor elevii au șansa de a efectua tranzacții virtuale între firme și/sau cu vizitatorii. La târg elevii simulează activitățile comerciale, tehnicile de negociere dar și utilizează un limbaj de afaceri. Deși în firmele virtuale nu există bani, nu se produc bunuri, elevii învață multe lucruri despre funcționarea unei firme reale, negocieri, livrare, completarea documentelor, comunicarea cu clienții, prezentarea firmei, amenajarea standului, crearea catalogului și a mijloacelor promoționale, dar și crearea unui spot publicitar. Atunci când elevii participă la aceste evenimente, au șansa să contacteze direct cu mediul de afaceri, astfel, ei devin mai responsabili, li se dezvoltă competențele antreprenoriale. Această experiență dezvoltă spiritul de echipă. Aici au posibilitatea să-și amenajeze propriul stand, învață să ia decizii, astfel, ei devin mult mai creativi și își dezvoltă încrederea în forțele proprii.

Participarea la târg presupune parcurgerea mai multor pași, și anume: pregătirea materialelor necesare, participarea propriu-zisă la târg, dar și procesarea tuturor tranzacțiilor după târg și analiza acestora.

Pentru elevi, orice participare este o nouă provocare. Pregătirile care de multe ori sunt anevoioase determină elevii să se mobilizeze la maxim pentru a reuși să-și realizeze obiectivele propuse. La târg elevii trebuie să dea dovadă de seriozitate, responsabilitate și de implicare totală. Competițiile dificile le învață multe lucruri noi și aici ei obțin competențe profesionale.

Finalul unui târg este un eveniment foarte așteptat pentru a primi rezultatele muncii lor asidue. Primirea, înmânarea diplomelor, cupelor, este cea mai bună motivație pentru angajații firmelor de exercițiu, astfel, ei înțeleg importanța activității desfășurate și acumulează experiență.



În concluzie, menționăm că elevii care au trecut prin firma de exercițiu vor putea să se adapteze mai ușor în procesul de încadrare pe piața muncii, iar firma de exercițiu servește drept o punte de trecere din școală în viață. Numai niște angajați motivați pot aduce beneficii unei firme care tinde să-și realizeze cu succes obiectivele propuse.

Bibliografie:

1. Arcan Petru, Botezatu Angela, Boşcanenau Nadejda, Budurin-Furculiță Cristina, Casian Irina, Goiciu Diana, Lazarev Natalia, Nagy Moldovan Ana, Plămădeală Claudia, Şargo Aliona, Tanasiev Natalia, „Firma de exercițiu – start în carieră”, Garomont-Studio, Chişinău 2012.
2. Botezatu Angela, Budurin-Furculiță Cristina, Lazarev Natalia, Plămădeală Claudia, Şargo Aliona, Tanasiev Natalia, Irina Casian - „Firma de exercițiu – simulating enterprises for better employability” , T-PAR, Chişinău 2013
3. Burlacu Natalia, Cojocarui Vadim – „Management”, A.S.E.M, Chişinău 2000.
4. www.cfem.info.md

1.5. BENEFICIILE DERULĂRII PROIECTELOR EUROPENE LA COLEGIUL ECONOMIC „OCTAV ONICESCU” BOTOŞANI

prof. Andrei Cristina Mariana
prof. Ifrim Anca Elena
Colegiul Economic „Octav Onicescu”
Botoşani, România

Abstract

Activities of formal education within the European space have paramount importance because they provide the opportunity to improve teachers' and students' competences in a multicultural environment. The purpose of these projects is to increase the quality of education, by making the transition to a European mentality. In fact, the very motto of the European Union "Unity in Diversity" shows that the Europeans got united to promote peace and prosperity, willing to open their hearts to the cultures, traditions, benefits and languages of other people. The teacher is no longer only a source of information in a particular area, he must, at the same time, provide the students with genuine learning experiences. Developing projects, the teaching personnel acquire a series of competences, attitudes and behaviours related to the use of innovative elements in the teaching-learning process, to the awareness of cultural diversity as part of the European identity, to promoting the circulation of good practices.

Such projects take place at Colegiul Economic "Octav Onicescu" Botosani every year. They increase the prestige of our school, and create a more modern, more dynamic environment, at the same time more open to integrating good practices and new methods in daily activities, We can offer, for the current academic year, the examples of very important projects, precisely: The JOBS Project (Professional-Orientation in school and companies) and the SES Project (Senior Expert Services-Germany).

The Project JOBS is financed by the Swiss Lottery Fund, by the Swiss Federal Council and by the Romanian Government; it has been developed by the Center of International Projects in the Field of Education of the Pedagogic University in Zurich, the University of Education and Research and the National Center of Development of Technical and Professional Education.

The JOB's objective is to train students into acquiring competences and abilities useful in life into getting a realistic perception on the opportunities on the labour market and into making a decision concerning their future education and professional career. This is done by introducing a new trans curricular approach, by using adequate teaching-learning methods (task-based learning)

and with the help of a range of seven students text books. In addition, JOBS offers the needed aid to teachers by trainings, mentorship and constant updating information, by means of a distance learning platform.

The Project of Assistance Senior Service Expert-Germany, whose head is Mr. Bjorn von Zeddelmann, took place between October 16 th-21st 2015. It is the fourth partnership we have had with SES. SES is a German foundation set up in 2003. Some of its sponsors are: The German Patronates Federation, The German Federation of Industrial Associations, The German Room of Commerce and Industries, The German Confederation of Craft. The mission of SES is to draw on the German senior experts' competences in order to promote the economic development of the countries in course of development. SES is an organisation financed by the German Government, which gives assistance to develop through their over 10. 000 experts in various fields of activity.

This year's program's objective aimed at increasing the quality of school education, by introducing new learning methods and techniques, in the domain of tourism and catering. The emphasis have been laid on practical activities, new work methods have been demonstrated and aspects of International gastronomy have been highlighted.

Activitățile de formare în spațiul european au o importanță deosebită deoarece oferă ocazia îmbunătățirii competențelor profesorilor și elevilor într-un mediu multicultural. Scopul proiectelor este îmbunătățirea calității educației, prin tranziția către o mentalitate europeană. De altfel, mottoul Uniunii Europene, „Unitate în diversitate”, arată că europenii s-au unit pentru a promova pacea și prosperitatea, dornici să-și deschidă sufletul către culturile, tradițiile, credințele și limbile altor popoare. Profesorul nu mai reprezintă doar o sursă de informații pentru o anumită disciplină, el trebuie să ofere elevilor veritabile experiențe de învățare. Dezvoltând proiecte, cadrele didactice formează o serie de competențe, atitudini și comportamente legate de utilizarea elementelor inovative în procesul de predare - învățare, recunoașterea diversității culturale ca parte a identității europene, promovarea circulației bunelor practici. Introducerea elementelor interculturale în procesul de învățare, diversificarea metodelor de lucru și aplicarea lor în educația formală, non-formală și informală sunt aspecte care contribuie la realizarea unei educații de calitate. Dezvoltarea competențelor lingvistice facilitează accesul la o gamă largă de informații, care vor asigura realizarea unui curriculum compatibil cu normele Uniunii Europene. Indiferent că vorbim de cursuri de formare, plasamente, activități de predare, stagii pentru studiu, voluntariat sau parteneriate strategice, oricare dintre acestea conduc la întărirea dimensiunii europene în educație.

La Colegiul Economic „Octav Onicescu” din Botoșani se derulează în fiecare an astfel de proiecte. Acestea cresc prestigiul școlii, creează un mediu mai modern, mai dinamic, mai deschis în a integra bune practici și metode noi în activitățile de zi cu zi.

În acest an școlar, putem exemplifica două proiecte foarte importante, și anume: **Proiectul JOBS (Orientare profesională – training în întreprinderi și școli) și proiectul SES (Senior Expert Services – Germania).**

Problema consilierii și orientării profesionale este una considerată de importanță majoră în țările dezvoltate, preocupate de dezvoltarea tinerei generații. Consilierea în vederea unei corecte orientări școlare și profesionale are obiective bine definite, precum educarea elevilor în vederea alegerii unor opțiuni școlare și profesionale corecte și realiste, facilitarea percepției categoriilor socio-profesionale și de apreciere a situațiilor reale de muncă, de respect pentru fiecare domeniu de activitate, informarea școlară și profesională, cunoașterea realităților economice și sociale, corectarea opțiunilor formulate eronat, reorientarea prin consiliere etc.

În cadrul școlii noastre, procesul de consiliere și orientare reprezintă o preocupare continuă a tuturor, fapt demonstrat de proiectele pe care le derulăm și de relația pe care o avem cu familia, agenții economici și alte instituții. Profesorii sunt conștienți de importanța observării potențialului elevului

și a abilităților care trebuie să valorifice pentru eul personal și pentru societate. Acționând astfel, profesorul își asumă rolul de consilier și astfel, ajută adolescenții să exploreze alternative, să-și clarifice așteptările, îi ghidează spre decizii optime, le susține încrederea în propriile forțe sufletești și îi canalizează spre laturile în care ei își demonstrează aptitudini. Implicarea școlii în cadrul programului JOBS reprezintă o provocare pentru profesori de a cunoaște și aplica noi metode de învățare, bazate pe sarcini, pentru trecerea de la instruirea centrată pe profesor la învățarea centrată pe elev, într-o abordare interdisciplinară și cross – curriculară, în vederea unei mai bune adaptări a elevilor la realitățile vieții economice și sociale.

Proiectul este finanțat de Fondul Loteriei Elvețiene, de Consiliul Federal Elvețian și Guvernul României și a fost dezvoltat de Centrul pentru Proiecte Internaționale în domeniul Educației al Universității Pedagogice Zurich, Ministerul Educației și Cercetării și Centrul Național de Dezvoltare a Învățământului Profesional și Tehnic.

Obiectivul JOBS este să pregătească elevii pentru dobândirea unor competențe și abilități utile în viață, pentru obținerea unei percepții realiste privind oportunitățile de pe piața muncii și pentru luarea unei decizii privind educația lor viitoare și cariera profesională. Aceasta se realizează prin introducerea unei noi abordări transcurriculare, prin folosirea unor metode adecvate de predare-învățare (învățarea bazată pe sarcini) și cu ajutorul unei serii de 7 manuale pentru elevi. În plus, JOBS acordă sprijinul necesar profesorilor prin instruire, mentorat și informare constantă, cu ajutorul unei platforme de învățământ la distanță. La Colegiul Economic „Octav Onicescu” Botoșani, echipa JOBS este formată din 3 profesori de discipline diferite, care predau la aceeași clasă și care conlucrează și îndrumă elevii de la clasa respectivă (a IX a B), în vederea unor alegeri corecte.

Aderarea României la Uniunea Europeană a schimbat perspectivele profesionale ale elevilor. Școala și metodele de predare trebuie să se adapteze la aceste situații. Pe viitor, va fi nevoie de muncitori calificați, care să aibă competențe și abilități în managementul și realizarea proiectelor și care să-și poată folosi cunoștințele și abilitățile în diferite situații. Predarea trebuie să fie caracterizată de concentrare către practica profesiilor, de legătura dintre școală și nevoile unei lumi a profesiilor schimbate.

Programul oferă elevilor o imagine de ansamblu asupra profesiilor sau studiilor posibile. Prin vizite în întreprinderi, administrații sau instituții publice, elevii văd ce fac muncitorii calificați și cei cu studii superioare. Elevii sunt cei care colectează informații despre ofertele de muncă din regiunea lor și despre cerințele impuse de diferitele profesii. Profesorii implicați au rol de îndrumători, moderatori, mai puțin de transmițători de informații, ei sprijinind activ elevii în îndeplinirea sarcinilor definite de JOBS. Abordarea este centrată pe elev, iar metodele de învățare sunt orientate pe proiecte și sarcini de lucru. Elevul este principalul actor în acest proiect. El este cel care decide asupra rezultatului și al succesului său. Cunoștințele nu îi sunt fi predate elevului, ci acesta trebuie să le obțină singur, dobândind astfel noi competențe de viață. Învăță să-și gestioneze timpul, formează și dezvoltă competențe de comunicare aplicabile în diferite contexte și va fi capabil să se promoveze prin activități de marketing personal. Aceste competențe le dobândește pentru că scrie rapoarte, colaborează cu ceilalți colegi în îndeplinirea sarcinilor, realizează interviuri, contactează persoane competente din medii de lucru diferite. El va ajunge să se cunoască mai bine, să-și maximizeze potențialul și să-și îmbunătățească punctele care pot fi considerate mai slabe. Mediul profesional și de afaceri nu este unul simplu, dar elevul este îndrumat să facă tot ce îi stă în putință. De ce? Pentru că poate să facă! Satisfacția în muncă și în viață depind de măsura în care persoana găsește modalități de a-și dezvolta aptitudinile și interesele, personalitatea. Aprecierea și încurajarea venite din partea profesorului sau a altei persoane, pot face minuni. Printr-un feed-back pozitiv elevii pășesc cu dreptul în viață. Prin urmare, alegerea profesiei este o decizie care merită toată atenția. Opțiunea unui tânăr pentru o anumită carieră, fără nici un sprijin extern este un proces dificil, adesea asociat cu alegeri greșite, ezitări, abandon, amânare, și toate acestea, cu un serios impact asupra viitorului său

profesional. Este necesar să li se arate elevilor inconsistența unor criterii de alegere a profesiei, cum sunt: este la modă, se câștigă bine, este frumoasă, mi se pare interesantă, îți dă prestigiu etc. Elevii oferă în mod frecvent aceste motive ale alegerii profesiei. Decizia în ceea ce privește cariera este mult influențată de exterior, de părinți, grupul de prieteni, modele de carieră din anturajul propriu sau promovate de mass-media. Ponderea influenței părinților asupra copiilor în alegerea unei cariere este, de multe ori, decisivă. Mulți părinți își supraapreciază copiii sau le impun trasee educaționale și profesionale, la care aceștia nu aderă cu convingere sau pentru realizarea cărora vor face față cu greu, cu eșecuri repetate sau rezultate mediocre, fapt ce se va răsfrânge și asupra satisfacției sau reușitei lor în muncă. Categoriile de argumente folosite de familie sunt, cel mai adesea, diferite de cele ale specialiștilor în consilierea și orientarea profesională, acestea fiind de natură economică, afectivă, de conservare a tradițiilor, de poziție socială. Părinții sunt informați despre activitățile din proiect și sunt încurajați să manifeste interes față de ceea ce fac elevii, să acorde timpul necesar discuțiilor tematice legate de orientarea profesională. Agenții economici, implicați în activitățile din proiect, sunt, la rândul lor informați despre nevoile școlii și ale elevilor, astfel încât vor deveni conștienți de rolul lor instructiv în cadrul proiectului. Pe parcursul vizitelor desfășurate la agenții economici, elevii pun întrebări, iau notițe, observă și află cât mai multe despre posibilele meserii.

Pentru a putea face față cerințelor proiectului, profesorii trebuie să urmeze și ei o instruire, având de tratat anumite teme on-line și participând, periodic, la întâlniri de lucru cu reprezentanți de la minister.

Proiectul se derulează pe parcursul întregului an școlar și are ca scop integrarea elementelor JOBS în curriculum național.

Un alt proiect deosebit de important care s-a derulat la noi în școală, în perioada 6-21 octombrie 2015 este Proiectul de asistență Senior Expert Service - Germania, reprezentant, Domnul Bjorn von Zeddelmann. De altfel, acesta este al patrulea proiect pe care îl derulăm în parteneriat cu SES. Senior Expert Services este o fundație germană înființată în anul 2003, având printre sponsori Federația Patronatelor Germane (BDA), Federația Germană a Asociațiilor Industriale (BDI), Camera de Comerț și Industrie Germană (DIHK), Confederația Germană a Meștesugarilor (ZDH). Misiunea SES este aceea de a mobiliza competențele experților seniori din Germania, în scopul promovării dezvoltării economice a țărilor în curs de dezvoltare. Senior Expert Service este o organizație finanțată de Guvernul german, care acordă asistență pentru dezvoltare prin cei peste 10 000 de experți, din diferite domenii de activitate.

Obiectivul programului de anul acesta a urmărit creșterea calității educației școlare, prin introducerea de metode și tehnici noi de învățare, în domeniul turism și alimentație. S-a pus accentul pe activitățile practice, s-au demonstrat metode noi de lucru și s-au evidențiat aspecte din gastronomia internațională. Elevii s-au arătat extrem de interesați de ineditul activităților, au acumulat noi informații privind dezvoltarea lor profesională, fapt care ne determină să considerăm că aceste programe au avut succesul scontat. În plus, față de toate acestea, atât elevii, cât și profesorii și-au dezvoltat abilitățile de a comunica în limba engleză. Pentru că acest proiect presupune și o componentă de perfecționare a actului didactic, cadrele didactice care predau la această specializare au susținut lecții demonstrative, iar acestea au fost evaluate, urmărindu-se aspecte referitoare la comportamentul cadrului didactic, utilizarea strategiilor didactice, integrarea mijloacelor de învățământ în lecție, creativitatea în conducerea lecțiilor și orientarea acțiunilor și gândirii elevilor, gestionarea timpului didactic, atingerea performanței etc.

Pentru elevii noștri, efectele pozitive ale derulării proiectelor europene sunt numeroase. Între acestea se numără: stimularea și dezvoltarea personalității, a aptitudinilor de comunicare și lucru în echipă, a gândirii creative, a gradului de adaptare la situații diferite, dezvoltarea capacității de investigare și de valorizare a propriei experiențe, formarea capacității de învățare de-a lungul întregii vieți, precum și de integrare socială armonioasă, dezvoltarea competențelor lingvistice și digitale,

îmbunătățirea competențelor în vederea inserției profesionale. Este promovată informația științifică de valoare, se încurajează inovația, creația, lucrul în echipă, comunicarea deschisă între toți „actorii” educației. Școala oferă suport pentru introducerea valorilor europene la curricula existentă. Se asigură pregătire generală și profesională în domeniul serviciilor la nivelul standardelor europene și în concordanță cu evoluția pieței muncii din România, într-un climat care încurajează elevii să-și dezvolte potențialul, potrivit aptitudinilor și obiectivelor traseului lor profesional. Scopul este de a încuraja tânăra generație în realizarea dialogului social, intercultural, de a dezvolta toleranța față de realitățile înconjurătoare și responsabilitățile într-o societate democratică, fără bariere interetnice. Elevii sunt implicați în derularea diverselor activități care urmăresc respectarea unor principii democratice, precum: nediscriminarea, libertatea, solidaritatea, demnitatea, cooperarea, egalitatea de șanse, respectarea legilor și asumarea răspunderii.

În concluzie, proiectele educaționale europene completează educația școlară și familială. Acestea permit derularea unor arii de activități, cum ar fi: cercetări, studii, vizite de studiu, schimburi de experiență și bune practici, activități de învățare și sesiuni de formare, publicații, activități de evaluare, de diseminare și valorizare.

1.6. BUNE PRACTICI DEZVOLTATE PRIN PROIECTUL EUROPEAN „FORENSICS AND CREATIVE THEATRE”

Prof. Mihaela Apetrei
Liceul Tehnologic ”Mihai Eminescu”
Dumbrăveni, Suceava, România

Abstract

Between the 1st of September 2014 and the 31st of August 2017, “Mihai Eminescu” Technical High School from Dumbrăveni is involved, together with six other partner schools, in the project “Forensics and Creative Theatre” (FACT), co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union. The major aim of this Strategic Partnership is to develop teenagers’ transversal skills in order to promote leadership in secondary education. The domains targeted by the project activities are forensics, creative theatre, social awareness and volunteer service, national traditions, folklore and cuisine, cultural tourism, ICT skills, environmental activities and sport. During the 2014-2015 school year, apart from the various interactive and innovative activities involving students and teachers at school level and online, four physical mobilities were carried out within the project.

Between the 11th and the 14th of November 2014, three teachers from our school attended the first transnational project meeting, which took place at Istituto di Istruzione Superiore “G. Malafarina” from Soverato (Italy). The partners discussed about and decided on the partnership agreements, the site of the project, the Dissemination and Exploitation Plan, the strategies and the Action Plan for the first half of the project’s lifetime, as well as details regarding the exchange visits. The first transnational project meeting represented an excellent starting point for a close and fruitful collaboration within this Strategic Partnership.

Between the 19th and the 23rd of January 2015, two teachers from our school attended the short-term joint staff training event that took place at the coordinating school, Gimnazia za chujdi ezitsi “Ekzarh Yossif I”, from Lovech (Bulgaria). The main objectives of the meeting were three trainings of crucial importance for the proper running of the partnership. The cultural programme

included a press conference about the project, meeting the officials and sightseeing in the beautiful town of Lovech. The multicultural interactions and the friendships established during this meeting ensured the strengthening of the transnational project team and proved very useful for the success of our future actions.

The first short-term exchange of groups of pupils of the project took place at IES “Los Cabezuelos” in Arcos de la Frontera (Spain) between the 9th and the 13th of March 2015. The main event of this meeting was represented by a culinary competition during which each team of students prepared a traditional dish from their country. The programme also included presentations on the partners’ national cuisines, finding out information about the Mediterranean diet, attending classes, sightseeing in the town and in the region, and savouring a picnic with traditional Spanish food. The major importance of this physical mobility was due to becoming acquainted with culinary traditions from partner countries, to the social and cultural interactions and to the close friendships established among students.

The second short-term exchange of groups of pupils took place at Gymnázium, Alejová 1 in Košice (Slovakia) between the 4th and the 8th of May 2015. As part of the first forensic transnational tournament of the project, students from all the seven partner schools delivered speeches and presentations. The teachers and the students had the opportunity to go sightseeing in the beautiful city of Košice, and to go on a trip in the region and in the Tatra Mountains. The guests also participated in the “Erasmus+ International Festival”, which included artistic performances and setting up a stall for each partner country. This transnational learning/teaching/training activity represented a unique and valuable experience, due mainly to the exchange of good practices, to becoming acquainted with the field of forensics, as well as to the interactions among students and teachers.

În perioada 1 septembrie 2014 – 31 august 2017, Liceul Tehnologic „Mihai Eminescu” Dumbrăveni este implicat în derularea proiectului „**Forensics and Creative Theatre**”, („Competiții oratorice și teatru creativ”, acronim FACT), număr de referință 2014-1-BG01-KA201-001396_2, din cadrul programului Erasmus+, Acțiunea Cheie 2, cofinanțat de către Uniunea Europeană prin intermediul ANPCDFP. Celelalte școli implicate în acest parteneriat strategic sunt următoarele: Gimnazia za chujdiezitsi „EkzarhYossif I” din Bulgaria (coordonator), Gymnazium, Alejova 1 din Slovacia, FatihAnadoluLisesi din Turcia, SecondarySchool of Trikeri din Grecia, Istituto di Istruzione Superiore „G. Malafarina” din Italia și IES „Los Cabezuelos” din Spania.

Scopul principal al proiectului este de a dezvolta deprinderile transversale ale elevilor, promovând astfel abilitățile de lider în învățământul liceal în vederea unei cetățenii europene de succes. Grupul țintă al parteneriatului nostru este reprezentat de adolescenții în vârstă de 15-18 ani, care stăpânesc deja abilitățile de bază pentru *a învăța-să-înveți* și care trebuie să își dezvolte în continuare competențele specifice secolului al XXI-lea. Domeniile vizate prin activitățile proiectului sunt multiple și variate: competiții oratorice, teatru creativ, conștientizare socială și servicii de voluntariat, tradiții, folclor și bucătărie tradițională, turism cultural, competențe TIC, activități pentru protecția mediului și sport.

În decursul anului școlar 2014 – 2015, în cadrul proiectului „**Forensics and Creative Theatre**” au fost planificate și s-au derulat numeroase activități interactive și inovative, care au implicat elevi și cadre didactice atât la nivelul fiecărei școli, cât și în mediul virtual, precum și patru mobilități fizice.

Între 11 – 14 noiembrie 2014, trei cadre didactice de la Liceul Tehnologic „Mihai Eminescu” Dumbrăveni au participat la prima reuniune transnațională de proiect, care a avut loc la Istituto di Istruzione Superiore „G. Malafarina” din Soverato (Italia), o școală cu o bogată experiență în domeniul proiectelor europene. Invitații au fost întâmpinați cu multă căldură de către echipa italiană,

care a organizat o recepție de bun-venit, partenerii având astfel oportunitatea unor prime interacțiuni fizice. Sub îndrumarea coordonatorului proiectului, d-na profesor Margarita Dobрева (Bulgaria), au fost semnate acordurile de parteneriat, a fost lansat site-ul proiectului, au fost discutate și stabilite strategiile de lucru și planul de acțiuni pentru prima jumătate a proiectului, precum și detalii ale vizitelor de schimb.



Programul întâlnirii a mai inclus vizitarea școlii gazdă, a orașului Soverato, precum și a parcului arheologic Scolacium, cu impunătoare vestigii grecești, romane și bizantine. Considerăm că prima reuniune transnațională de proiect a reprezentat un excelent punct de plecare pentru o colaborare cât mai fructuoasă în cadrul acestui parteneriat strategic.

În perioada 19 – 23 ianuarie 2015, două cadre didactice de la Liceul Tehnologic „Mihai Eminescu” Dumbrăveni, împreună cu profesori din celelalte țări partenere, au participat la evenimentul de formare comună a personalului pe termen scurt derulat la școala coordonatoare din Lovech (Bulgaria). Programul mobilității a avut ca principale obiective participarea la trei activități de formare pe teme cruciale pentru buna derulare a parteneriatului: „Coeducație creativă” – un atelier de lucru pe tema abordării maieutice reciproce (RMA), „Atitudini, deprinderi și cunoștințe transversale (TASK)” – o formare interactivă în domeniul „competențelor emoționale” și „Teatrul de tip forum” – tehnici și metodologie. Toate aceste activități s-au derulat în cadrul școlii coordonatoare Gimnazia za chujdiezitsi „Ekzarh Yossif I” din Lovech, care are o impresionată tradiție în predarea limbilor străine, întâlnirea fiind și un prilej de prezentare a unor exemple de bune practici.

Programul cultural a inclus întâlniri cu oficialitățile (primarul orașului, guvernatorul regiunii, inspectorul școlar general), o conferință de presă despre parteneriat, vizitarea cartierului Varosha cu case vechi conservate, a complexului etnografic și a fortăreței Hisarya, a monumentului închinat lui Vasil Levski, a bisericii Sf. Fecioară Maria, a centrului regional de informare privind proiectele europene și a fabricii de vin „Vinal”.



Am fost profund impresionați de legătura strânsă dintre școală și comunitatea locală și de potențialul turistic al acestui mic orașel. Interacțiunile multiculturale și relațiile de prietenie stabilite în decursul acestei întâlniri au determinat consolidarea echipei transnaționale de proiect și se vor dovedi utile pentru succesul acțiunilor viitoare.

La primul schimb de grupuri de elevi pe termen scurt din cadrul proiectului „*Forensics and Creative Theatre*”, care s-a desfășurat în Arcos de la Frontera (Spania) între 9 – 13 martie 2015, au participat trei profesori și patru elevi din cadrul școlii noastre. Programul întâlnirii a cuprins activități interactive și diverse, ce au antrenat elevii implicați în proiect, dar și cadrele didactice din cele șapte țări partenere.

Evenimentul central al acestei întâlniri a fost reprezentat de derularea concursului culinar „*International Master Chef*”, organizat la școala de gătit *San Miguel* din Arcos de la Frontera, în cadrul căruia fiecare echipă de elevi a pregătit un preparat tradițional din țara respectivă. Programul a mai inclus prezentări ale bucătăriilor naționale ale țărilor partenere susținute de către elevi, vizitarea primăriei, a orașului vechi Arcos de la Frontera cu palatele sale pitorești și Jardín Andalusi, vizitarea orașele învecinate Cádiz și Jerez de la Frontera și a satului arab MedinaSidonia, a unei ferme unde se cresc tauri pentru binecunoscutele coride și a bodegii Williams & Humbert, unde am asistat la un spectacol de dresaj cabalin.



De asemenea, atât elevi cât și profesori au avut onoarea să viziteze pe lângă școala gazdă IES „Los Cabezuelos” și școala particulară IES „Guadalupeña” și să asiste la cursuri, descoperind astfel diferențe și asemănări dintre sistemul de învățământ românesc și cel spaniol. La finalul vizitei, echipele tuturor școlilor partenere au fost invitate de către familiile spaniole la clubul nautic din Arcos de la Frontera, unde s-a pregătit un picnic cu mâncare tradițională spaniolă, iar elevii au putut desfășura diverse activități sportive.



Considerăm că această mobilitate fizică a reprezentat un real succes, importanța sa semnificativă fiind datorată familiarizării cu tradițiile culinare ale țărilor partenere, interacțiunii sociale și culturale dintre echipele celor șapte țări implicate în proiect, precum și strânsei legături de prietenie stabilite între elevii participanți.

Al doilea schimb de grupuri de elevi pe termen scurt din cadrul proiectului „*Forensics and Creative Theatre*” s-a desfășurat în perioada 4 – 8 mai 2015 la Gymnázium, Alejová 1 din orașul Košice (Slovacia). Cei trei profesori și patru elevi de la Liceul Tehnologic „Mihai Eminescu” Dumbrăveni au participat mai întâi la deschiderea oficială a întâlnirii și la un tur al școlii, fiind impresionați de panourile ce decorau holurile, remarcându-se în mod special cele realizate în decursul timpului de fiecare generație de absolvenți, precum și de laboratorul de robotică, care a realizat produse ce au obținut numeroase premii. În decursul primei și celei de-a doua zi, elevii din cele șapte școli partenere au susținut discursuri și prezentări în cadrul primului campionat oratoric transnațional al proiectului. Am apreciat eforturile depuse de către fiecare elev în parte de a împărtăși într-o formă cât mai atractivă informații, idei, opinii, pasiuni și talente. Momentul acestui schimb de experiență a fost marcat prin plantarea unui „copac al prieteniei Erasmus+” în grădina școlii.



Invitații au avut de asemenea ocazia de a vizita orașul Košice, care se remarcă prin numeroase obiective istorice, cum ar fi impresionanta catedrală gotică Sf. Elisabeta, Turnul Sf. Urban, Capela Sf. Mihail, dar și prin obiective culturale, cum ar fi Biblioteca de stat, la al cărei centru „Info SUA” elevii și profesorii au aflat informații despre ororile Holocaustului. A treia zi a fost dedicată unei excursii în regiune și în Munții Tatra, vizitatorii fiind impresionați de castelul Spišský, care face parte din Patrimoniul Mondial UNESCO, de centrul istoric al orașului Levoča, precum și de peisajul sălbatic din jurul stațiunii montane Starý Smokovec.

Elevii și profesorii au participat de asemenea la „Festivalul Internațional Erasmus+”, desfășurat la o bază sportivă din apropiere, care a debutat cu un spectacol de cântece și dansuri interpretate de către elevii de la Gymnázium, Alejová 1 și de către invitați, fiecare școală parteneră amenajând apoi un stand la care s-au oferit informații despre țara respectivă și la care grupuri de elevi slovaci au îndeplinit diverse sarcini amuzante.

Considerăm că această activitate transnațională de învățare/predare/formare din cadrul proiectului „*Forensics and Creative Theatre*” a reprezentat o experiență unică și valoroasă, datorită schimbului de bune practici dintre școlile participante și familiarizării cu competițiile oratorice, care sunt extrem de importante în economia proiectului, dar și datorită interacțiunilor dintre elevii și profesorii participanți la mobilitate și impresiilor din locurile superbe vizitate.



Pentru mai multe informații despre proiectul „*Forensics and Creative Theatre*” puteți accesa următoarele surse: site-ul proiectului <http://www.fctproject.eu/>, pagina oficială de Facebook a echipei române <https://www.facebook.com/factromania>, canalul YouTube al echipei române [Erasmus+ FACT Romania](#) și site-ul Liceului Tehnologic „Mihai Eminescu” Dumbrăveni <http://www.grupdumbraveni.ro/>.

1.7. FIRMA DE EXERCITIU - METODA MODERNĂ DE PREDARE-ÎNVĂȚARE

Prof. Axentioi Anca-Cecilia
Colegiul “Alexandru cel Bun”
Gura Humorului, Suceava,
România

Abstract

*An interactive method of developing entrepreneurship, a modern concept of integrating and applying in an interdisciplinary manner knowledge, an approach that assures the premises for probing and consolidating the competences gained by students, the training firm is a teaching notion based on practical learning. It represents the simulation of a real firm that can be accomplished by involving directly a coordinating teacher. The training firm, a practical method of recording students' knowledge in several fields, brings about the achievement of entrepreneurial skills, improvement of professional conduct, as well as identifying students' potential. The training firm **Cool Style Handmade SRL**, founded on the 24th of October 2014, aims at recovering recycled materials and trading outside shops, stands and kiosks.*

*Certificate series registered at **ROCT: A-FE 1407090**.*

*The objectives of **Cool Style Handmade SRL** are: entrance on the Romanian and foreign markets of training firms, maintenance of quality standards.*

*Training firm **Cool Style Handmade SRL** puts its clients first, aiming at satisfying as much as possible his/her needs.*

*The main activities of **Cool Style Handmade SRL** are: recycling products, designing new ones and protecting the environment.*

The development of competences and skills is done by simulating the situations from an authentic firm, keeping in mind the fact that this practice should be multiple and consistent.

Area of activity: trade outside shops, stands and kiosks.

By gaining the main competences (e.g.: ability to work in a team, interdisciplinary thinking, communication and making decision skills), students have the opportunity to achieve professional skills, flexibility on labour market as well as, having the chance of discovering their preferences regarding a place of work. The skills that students achieve might facilitate the accommodation period at their work place, a very important aspect for both future employees and employers.

The strength of the training firm resides in the relationship established by the transactions made on the national and international market, as well as in the capacity of communicating with the external environment, as for instance: collaborating with the mother company, with financial agents, with political institutions etc. The training firm, a complex and motivating method, is an appealing challenge for both students and teachers.

În contextul dezvoltării unei societăți competitive, bazate pe cunoaștere, dezvoltarea capitalului uman a devenit o prioritate strategică atât la nivel european cât și la nivel național. Investițiile în dezvoltarea capitalului uman prin educație și formare sunt necesare întăririi capacității sistemului de a răspunde schimbărilor rapide din societate și de pe piața muncii. Pentru formarea profesională inițială asigurarea unui corp profesoral bine pregătit, informat și conectat la cerințele pieței muncii este o condiție obligatorie pentru asigurarea unei forțe de muncă care să răspundă cerințelor socio-economice actuale. Metoda „firma de exercițiu”, se bucură de real succes în România,

fiind introdusă în curriculum-ul obligatoriu la profilul Serviciii. O metodă interactivă de învățare pentru **dezvoltarea spiritului antreprenorial**, o concepție modernă de integrare și de aplicare interdisciplinară a cunoștințelor, o abordare care asigură condiții pentru probarea și aprofundarea practică a competențelor dobândite de elevi în pregătirea profesională. Firma de exercițiu este un concept didactic, bazat pe învățarea prin practică. Este o simulare a unei firme reale, care poate fi realizată prin implicarea directă a unui profesor coordonator.

O firmă de exercițiu este o firmă simulată, care oglindește operațiunile lumii afacerilor reale, în ramura aleasă. Este un concept didactic, o imitație a unei situații profesionale reale, cu obiective educaționale.

Rețeaua creată de firmele de exercițiu care își desfășoară activitatea în școli, organizată și condusă de Centrala Firmelor de exercițiu, inclusă în rețeaua internațională a Firmelor de Exercițiu, răspunde cerințelor economiei naționale și mondiale printr-un învățământ orientat la maximum către pregătirea practică. Acesta este dirijat spre individ și dezvoltarea personalității lui. În firmele de exercițiu se creează, pe cât posibil, interconexiunile cele mai apropiate de realitate care se stabilesc între oameni, în cursul desfășurării diferitelor tipuri de activități specifice procesului de producție dintr-o companie. **ROCT** (<http://www.roct.ro/>) oferă serviciile de care firmele de exercițiu au nevoie pentru ca activitatea lor să simuleze cât mai fidel activitatea dintr-o firmă reală.

Atribuții ROCT:

- coordonează activitatea rețelei naționale a firmelor de exercițiu;
- simulează activitățile desfășurate de instituțiile statului în vederea asigurării serviciilor necesare funcționării firmelor de exercițiu: Registrul Comerțului, Inspectoratul Teritorial de Muncă, Casa de Pensii, Casa de Asigurări de Sănătate și alte Asigurări Sociale, Agenția pentru Ocuparea Forței de Muncă, Administrația Finanțelor Publice, Curtea de Arbitraj;
- îndeplinește rolul de bancă, facilitând circulația corespunzătoare a plăților pentru activități de decontare interne și internaționale;
- asigură schimbul de informații și comunicarea dintre firmele de exercițiu din rețeaua națională și dintre firmele de exercițiu românești și cele din rețeaua internațională;
- sprijină, organizează și monitorizează participarea firmelor de exercițiu la târguri, programe și proiecte de profil din țară și din străinătate;
- organizează, desfășoară și monitorizează competițiile care se adresează firmelor de exercițiu (de exemplu, Competiția Business Plan);
- verifică și certifică gradul de îndeplinire a standardelor de calitate de către firmele de exercițiu (Evaluarea „Marca de Calitate”);
- organizează activități și programe în scopul formării continue a cadrelor didactice privind metoda de învățare „firma de exercițiu”;
- participă la manifestări și proiecte internaționale legate de activitatea firmelor de exercițiu.

Acest model creează posibilități nelimitate pentru realizarea proceselor active și de dezvoltare, de creare de legături reciproce, atât între membrii colectivului cât și între diferitele firme din țară și din străinătate.

Locul de desfășurare a activității firmei de exercițiu este un cabinet dotat cu mobilier corespunzător, cu echipamente necesare învățării, pentru efectuarea de operații economice și comerciale care să simuleze activitatea unei firme din sfera economică reală.

Scopul firmei de exercițiu este ca elevii să dobândească competențe cheie, care să le permită să se realizeze cu succes în lumea reală.

Scopul și sarcinile educative ale firmei de exercițiu se realizează prin:

- simularea proceselor de lucru dintr-o întreprindere;
- realizarea unei legături nemijlocite între teorie și practică;

- aplicarea în practică a cunoștințelor de la diverse discipline și module de studiu;
- cooperarea între elevi;
- acționarea în situații neobișnuite;
- se lucrează într-un centru antreprenorial - care este un simulator de birou modern.

Firma de exercitiu, metodă practică de înregistrare a cunoștințelor de la diverse discipline, determină dobândirea de abilități anteprenoriale, perfectionarea comportamentelor profesionale și totodată identificarea potențialului propriu al elevilor. Instruirea în firma de exercitiu oferă elevului competențe în ceea ce înseamnă comportamentul profesional, respectiv: “Să știe ce să facă și să știe cum să facă.” “Firma de exercițiu” reprezintă un model al unei întreprinderi reale, fiind o metodă de abordare practică a integrării conținuturilor, metodă concepută pentru formarea aptitudinilor personale și comportamentelor aplicabile în toate domeniile economice, pornind de la funcțiile de bază și până la cele de conducere din întreprindere.

- Instruirea în firma de exercitiu determină o probare practică și o probare a cunoștințelor deja dobândite, fiind astfel continuarea firească și necesară a instruirii de bază.
- În firma de exercitiu se realizează sinergia interdisciplinătății conținuturilor de la diverse discipline: economie, contabilitate, corespondență comercială, limbi străine, informatică, drept și legislație, marketing etc. În firmele de exercitiu elevii se comportă ca șefi sau agenți responsabili și își educă și formează spiritul de întreprinzător.
- În firma de exercițiu sunt exersate tranzacțiile economice existente în firmele reale, fiecare firmă de exercițiu fiind structurată în conformitate cu situația din practică, în departamente: resurse umane, secretariat, marketing, desfacere, financiar contabil, etc.

Activitatea firmelor de exercițiu se desfășoară conform legislației în vigoare pentru firmele reale.

Metoda firma de exercițiu se caracterizează prin două aspecte definitorii:

– virtual: nu există bani sau bunuri;

– real: se respectă uzanțele comerciale, fluxul informațional, documentele și circuitul documentelor.

F.E. COOL STYLE HAND MADE S.R.L. ”

B-dul Bucovina Nr.41 Gura Humorului Suceava 725300

E-mail: coolstyle_handmade@yahoo.ro

Telefon: +4 0230 235 099 Fax: +4 0230 235 098

Website: <http://handmadegurahumorului.simplesite.com>

Date de înregistrare la ROCT: coolstyle_handmade@yahoo.ro

C.I.F: RO1210007090

Cont bancar: RO33ROCT1110231210007090



Firma de exercițiu **Cool Style Hand Made SRL**, înființată pentru prima dată la 28 octombrie 2014, are ca obiect de activitate 3832- recuperarea materialelor reciclabile sortate; 4799- comerț cu amănuntul în afara magazinelor, standurilor, chioșcurilor.

Serie certificat înregistrat la ROCT: A-FE 1407090

Obiectivele firmei Cool Style Hand Made sunt:

- pătrunderea pe piața firmelor de exercițiu din România și străinătate;
- menținerea la standardele de calitate impuse.

F. E. Cool Style Hand Made S.R.L. pune pe primul plan în desfășurarea activității sale:

- clientul;
- satisfacerea într-o cât mai mare măsură a dorințelor și a nevoilor sale;

- societate cu răspundere limitată, cu un număr de 7 angajați;
- activitatea principală a FE Cool Style Hand Made SRL: reciclarea produselor și crearea de noi produse, protejarea mediului înconjurător;
- domeniu de activitate: comerț cu amănuntul care nu se efectuează prin magazine, standuri, chioșcuri, piețe;
 - viziunea: Vom încerca să oferim produse sub prețul pieței, datorită unicității acestora. În viitor, este posibil ca volumul pieței să crească deoarece există din ce în ce mai mulți clienți care prezintă mai mult interes pentru acest gen de produse. Înființând această firmă vom putea trăi într-o lume mai curată, dar va fi și un nr. mai mare de persoane care o să învețe să recicleze și să obțină “produse minune”, de bun gust, din vânzarea acestora, dar și creșterea cifrei de afaceri.
 - ne propunem în următorii ani 3 ani, să ocupăm 40% din piața firmelor de exercițiu în produse hand-made și o cifră de afaceri cu 10 % mai mare în la treilea an de activitate;
 - misiunea noastră este aceea de a ne transforma pasiunea de a inventa lucruri noi cu ajutorul materialelor reciclabile într-o afacere prosperă, câștigând astfel un renume la nivel național și internațional. Într-un cuvânt: calitate, ingeniozitate și multă creativitate.

Manager: Cucu Adina Florentina

Capitalul social este de 320 lei.

Cool Style Hand Made este o firmă continuată care a obținut **premiu și mențiuni la Târgul Firmelor de Exercițiu de la Pașcani** în anul școlar 2014– 2015.

În anul 2015 firma **Cool Style Hand Made** obține premiul III la Competiția Business Plan organizată la Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir”, Suceava

Firma de exercițiu Cool Style Hand Made SRL este o firmă preluată de la clasa a XII-a K, absolventă în anul 2014-2015, profil Tehnician în activități economice.

Numele firmei a fost ales prin metoda moderna brainstorming, însumând 17 nume de firme, din care a rezultat denumirea FE Cool Style Hand Made SRL, care este sugestiv domeniului de activitate.

Firma de exercițiu este o **metodă inovativă de învățare** ce vizează dezvoltarea aptitudinilor de muncă pentru elevi în vederea îmbunătățirii adaptabilității acestora la cerințele primului loc de muncă relevant. Pe baza unui test de aptitudini, fiecare elev s-a regăsit în descrierea dată, a ocupat funcția potrivită în firma de exercițiu: manager resurse umane, secretară, contabilitate, desfacere-aprovizionare, marketing și nu în ultimul rând manager general. Personalul angajat are încheiat contract de muncă pe durată determinată și a luat cunoștință cu responsabilitățile pe care le au în firmă prin **Fișa postului** pentru fiecare departament.

FIȘA DE POST - DIRECTOR DE MARKETING

1. Denumirea compartimentului: DEPARTAMENT VÂNZĂRI

2. Denumirea postului: DIRECTOR DE MARKETING

3. Numele și prenumele salariatului: Sihlanic Andrei Alin

4. Se subordonează: Directorului General; Conducerii unității

5. Numele șefului ierarhic: Cucu Adina Florentina

6. Subordonează: Personalul din cadrul departamentului de vânzări

7. Relații funcționale:

- cu ceilalți angajați ai firmei;

- cu serviciul financiar-contabil pentru confirmarea evidenței comenzilor privind exportul

- cu coordonatorul departamentelor de marketing și secretariat

8. Pregătire și experiență:

Studii:

-absolvent al învățământului superior economic de specialitate;

Aptitudini:

-capacitate de a prelucra informațiile, de a le interpreta și de a le valorifica prin luarea de decizii sau prin furnizarea de date prelucrate altor factori decizionali;

-corectitudine, tenacitate, seriozitate, atitudine principială în relațiile cu oamenii;

9. Responsabilități și sarcini:

- organizează ședințe, conferințe;

- organizează evenimente, târguri, expoziții ce au ca scop promovarea imaginii și produselor firmei;

- are cunoștințe de contabilitate (Stocuri;

- trebuie să cunoască, să interpreteze și să pună în aplicare strategia de marketing și planul de afaceri al companiei.

Directorul de marketing desfășoară următoarele activități:

- identifică potențialii clienți;

- întocmește oferte de mărfuri;

acordă asistență d.p.d.v. tehnic și comercial clienților și potențialilor clienți;

- menține relația cu furnizorii (cerere de comandă, verificarea mărfii și a plăților);

- efectuează studii și cercetări ale pieței în vederea promovării imaginii firmei pe piață.

Firma de exercițiu este potrivită pentru **dobândirea, verificarea și aprofundarea cunoștințelor comerciale**, formarea abilităților, a capacităților personale și a modurilor de comportament în toate domeniile din structurile întreprinderii, de la referent până la întreprinzător.

La ce contribuie Firma de exercițiu?

Pentru **ELEVI**:

- dezvoltarea spiritului antreprenorial prin realizarea de activități specifice unei firme reale;
- simularea operațiunilor și proceselor economice specifice mediului real de afaceri;
- perfecționarea limbajului de afaceri;
- facilitarea trecerii de la școală la viața activă;
- dezvoltarea de competențe și atitudini necesare unui întreprinzător dinamic: creativitate, gândire critică, rezolvarea de probleme, luare de decizii, asumarea responsabilității, lucrul în echipă, inițiativă, perseverență, auto-organizare și auto-evaluare a resurselor individuale, flexibilitate.

Pentru **PROFESORII COORDONATORI**:

- realizarea de activități practice cu elevii, cu rezultate concrete și măsurabile;
- implementarea activităților într-un cadru profesionist, performant, competitiv;
- pregătirea reală a elevilor pentru piața muncii;
- creșterea prestigiului unității de învățământ în rândul viitorilor elevi și al părinților/tutorilor acestora;

Implementarea conceptului de “firmă de exercițiu” își propune crearea **tipului de întreprinzător dinamic**, capabil să dezvolte un nou proces de producție, să aducă pe piață un nou produs sau serviciu sau să descopere o nouă cale de distribuție.

Rezultatele preconizate în urma aplicării acestei metode sunt:

- creșterea gradului de inserție pe piața muncii a absolvenților;
- reducerea perioadei de acomodare la locul de muncă;
- mai bună adaptabilitate la schimbarea locului de muncă;
- flexibilitate;
- asumarea inițiativei și a riscului.

Simularea situațiilor de eșec și a celor de succes reprezintă pentru experiența elevilor o componentă esențială și necesară a procesului de învățare. Deciziile greșite, care în viața reală ar putea duce până la punerea în pericol a existenței întreprinderii, în firma de exercițiu nu au urmări economice negative, datorită caracterului virtual al situațiile exersate.

Formarea de priceperi, deprinderi și abilități se realizează prin exersarea unor situații dintr-o firmă reală, fiind indicat ca aceasta exersare să fie multiplă ca structura și consistentă. Însușirea competențelor cheie (ex. capacitatea de a lucra în echipă, gândire interdisciplinară, competențe de comunicare, capacitatea de a lua decizii) le permite elevilor obținerea unor abilități profesionale și a unei flexibilități indicate pe piața de muncă precum și totodată descoperirea afinităților față de un anumit loc de muncă. Competențele obținute pot determina reducerea perioadei de acomodare la locul de muncă, aspect deosebit de benefic pentru viitorii angajați cât și pentru angajator.

Puterea firmei de exercițiu stă în relaționarea determinată de derularea de tranzacții pe piața firmelor de exercițiu (națională și internațională) precum și de comunicarea cu mediul extern la firma de exercițiu, respectiv: colaborarea cu firma “mamă” / firma mentor, cu alți agenți economici, cu instituții ale statului, etc. Firma de exercițiu, complexă ca metodă, motivată ca efecte, e o provocare atractivă atât pentru elevi, cât și pentru profesori.

BIBLIOGRAFIE

www.roct.ro

Coord. Vlăduț, Zoica Elena, Ștefănescu, Mihaela, Esterman, Christian și colaboratorii- **GHIDUL FIRMEI DE EXERCITIU cea mai bună practică**, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2012.

1.8. STRATEGII BAZATE PE METODE INTERACTIVE ÎN SCOPUL OBȚINERII SUCCESULUI ȘCOLAR

Prof. Balan Mona-Lisa
Colegiul Național “Cuza Vodă”
Huși, Vaslui, România

Abstract

Age, gender, personality, motivation, self-concept, life experience and the cultural background of the students all influence the way in which they go about learning. To help students to learn effectively, schools and teachers should adopt a variety of approaches as well as learning and teaching strategies for achieving different learning targets or objectives.

Teachers should set clear learning targets and objectives and share learning intentions of their lessons with students. By allowing students to know the purpose of a lesson or a task, they will be able to make better decisions about the ways and means to achieve what they are expected to learn.

Schools should provide students with an appropriate level of curriculum and reasonable expectations to suit the capabilities of the students, so as to motivate them to engage in the process of learning. While attending to the common needs and individual differences of their students, teachers should also beware of adjusting their expectations of students.

Schools should encourage students to enquire beyond the confines of 'curriculum prescriptions' and textbooks, and to process information and make their own judgements in order to enhance their knowledge-building capacity.

We should not view mixed ability groups as problematic, though sometimes groups that are homogeneous in ability work better. Students of different abilities can learn well together (e.g. through co-operative learning), if the learning processes allow them to contribute different ideas at different levels. Learning from peers and collaboration help to remove the feeling of failure and provide the emotional basis to boost motivation and learning. An exemplar is available in the CDI website on how students of different abilities, through co-operative learning and interaction in groups, have enhanced both their Chinese Language skills and their confidence in learning.

Teachers can use different learning and teaching strategies to achieve the different purposes of learning and to suit the learning styles, abilities, interests and needs of students. There is no fixed rule regarding which strategy is the best. Teachers master learning and teaching strategies differently. They can develop the repertoire which is the most effective for them to enhance the independent learning capabilities of students for whole-person development.

Different forms of classroom organisation (e.g. variations in grouping, whole-class setting and seating arrangements) facilitate the delivery of diverse learning and teaching strategies such as group learning, whole-class teaching and individual works. However teachers should understand that the above arrangements do not automatically result in the desired effect without suitable lesson / activity planning, teacher-student interaction, learning and teaching resources and other factors affecting effective learning and teaching.

To address the needs of students with different learning styles, teachers are encouraged to make diversified use of learning materials, such as audio, visual, pictorial, graphic representations, and texts, etc.

În sens general, strategia poate fi definită ca “știința sau arta de a combina și coordona acțiunile în vederea atingerii unui scop. Ea corespunde unei planificări pentru a ajunge la un rezultat, propunând obiective de atins și mijloace vizate pentru a le atinge” (Gaston Mialaret, 1979, p. 414)

Strategiile didactice interactive au în vedere provocarea și susținerea învățării active în cadrul căreia, cel ce învață acționează asupra informației pentru a o transforma într-una nouă, personală, proprie. În sens constructivist, folosind aceste strategii, profesorul îl determină pe elev să devină răspunzător și participant în procesul construirii sensurilor informaționale, prin rezolvări de probleme, prin explorări și cercetări sau aplicând ceea ce a dobândit în contexte noi, diferite.

Strategiile didactice interactive ca strategii de grup, presupun munca în colaborare a elevilor organizați pe microgrupuri sau echipe de lucru în vederea atingerii unor obiective preconizate (soluții la o problemă, crearea de alternative). Se bazează pe sprijinul reciproc în căutare-cercetare și învățare, stimulează participările individuale, antrenând subiecții cu toată personalitatea lor (abilități cognitive, afective, volitive, sociale). Solicită efort de adaptare la normele de grup, toleranță față de opiniile, părerile colegilor, dezvoltând capacitățile autoevaluative. Sunt strategii de interacțiune activă între participanții la activitate (elev-elev, elev-profesor, student).

Factorii/variabilele de care depinde organizarea strategiilor didactice, în general și a strategiilor didactice interactive, în special

Există numeroși factorii sau variabilele de care depinde organizarea acestui dispozitiv didactic adaptat situațiilor de instruire, variabile dependente sau independente de profesor, de elev, de organizarea școlară, de curriculum:

a) Variabile care țin de *profesor*:

- *stilul didactic* care este o rezultantă a împletirii *concepției pedagogice personale* cu cea a *culturii și societății* contemporane și cu factorii de *personalitate* ai profesorului;

b) Variabile care țin de *colectivul de elevi*:

- *particularitățile clasei*, sintalitatea grupului, nevoile, cerințele, dorințele și posibilitățile și experiențele cognitive, sociale și afectiv-emoționale ale elevilor;
- *mărimea* colectivului, gradul de omogenitate, posibilitățile de grupare ori de lucru frontal sau individual;
- gradul de *motivare* al elevilor și pregătirea pentru a lucra în grup, în perechi, colectiv sau individual;
- *aptitudinile și nivelul de pregătire* pentru un anumit domeniu;

c) Variabile care țin de *curriculum*:

- *finalitățile* macrostructurale și microstructurale urmărite, gradul de accesibilitate și modalitățile de verificare a îndeplinirii acestora;
- natura *obiectivelor și conținutului* pe care trebuie să-l învețe elevii, relația cu achizițiile curente ale acestora, gradul de adaptabilitate, utilitatea și importanța acestuia pentru activitatea și viața elevilor;
- *experiențele de învățare* propuse elevilor, gradul de problematizare și nivelul de interactivitate solicitat;

d) Variabile care țin de *organizarea școlară*:

- *timpul școlar* avut la dispoziție în raport cu timpul solicitat de o anumită strategie didactică;
- *spațiul școlar* avut la dispoziție în raport cu timpul solicitat de o anumită strategie didactică;
- *resurse materiale* (dotări, aparatură, echipamente disponibile etc) folosite în spațiul și timpul disponibil;

Clasificarea strategiilor de predare – învățare – evaluare

Strategiile în sens larg, numite și *strategii de activitate pedagogică*, se referă la felul în care decide profesorul să conducă activitățile instructiv-educative în situațiile formale. Ele au o plajă mai largă de acțiune, ajungând chiar la a caracteriza un profesor prin felului său de a fi.

Strategiile în sens restrâns, sunt *strategiile didactice* care își restrâng aria până la nivelul lecției, reprezentând modul cum decide profesorul să organizeze activitățile de predare–învățare– evaluare la un moment dat, în funcție de circumstanțele date: particularitățile de vârstă și individuale ale elevilor cu care lucrează (nivel de cunoștințe, nivel de dezvoltare cognitivă, socială, și afectivă), finalitățile și experiențele de învățare propuse, resursele disponibile (de conținut, materiale, de timp, echipamente etc.), contextul în care are loc activitatea etc.

I. După *tipul de achiziții și rezultatele dorite a fi obținute*, putem face următoarea clasificare:

I.1. Strategii de dobândire de noi informații/cunoștințe (predominant informative);

I.2. Strategii de exersare/aplicare a noilor informații și de dezvoltare a abilităților practice (predominant aplicative);

I.3. Strategii de evaluare a noilor achiziții informaționale și practice (priceperi și deprinderi, abilități) și de dezvoltare a capacităților autoevaluative (predominant evaluative).

Toate aceste strategii didactice pot să îmbrace haina interactivității în măsura în care au la bază interrelaționarea reciprocă, astfel:

I.1. *Strategiile interactive de dobândire de noi cunoștințe* presupun metode de predare/învățare reciprocă, implicarea elevului în activități de grup, participarea cadrului didactic la activitate ca mediator al eventualelor conflicte socio-cognitive constructive sau *co-participant alături de elevi la construirea cunoașterii*.

I.2. *Strategiile interactive de exersare și aplicare* a noilor informații se referă la organizarea unor activități practice care să se bazeze pe conlucrarea elevilor în cooperare sau în competiție în vederea formării și dezvoltării priceperilor, deprinderilor și abilităților de a aplica în practică a ceea ce s-a învățat. Metodele sunt cele de exersare și de acțiune practică interactivă (proiectele de cercetare-acțiune, investigațiile, exercițiul, studiul de caz, hărțile conceptuale etc.)

I.3. Strategiile interactive de evaluare constau în implicarea elevului în procesul propriei evaluări, stimulând reflecția personală asupra propriei activități de învățare, conștientizând erorile și modalitățile de acoperire a lacunelor. Acestea au la bază dezvoltarea capacităților autoevaluative și stimularea încrederii în sine și în propriile puteri.

II. Strategiile didactice informative pot fi clasificate și ele după *relația și tipul de interacțiune a subiectului cu materialul informațional nou* în:

II.1. Strategii de transmitere și receptare a noului material informațional;

II.2. Strategii de căutare și confruntare cu noul material informațional;

II.3. Strategii de acțiune și restructurare a noului material informațional;

II.4. Strategii de inovare și creare de noi materiale informaționale;

Toate cele patru tipuri de strategii implică în ordine crescătoare stimularea potențialului creativ și participarea activă a elevului în construirea propriei cunoașteri.

În primul caz, al **strategiilor de transmitere și receptare a noului material**, rolul central în favorizarea învățării prin transmiterea informațiilor îl deține *cadru didactic*.

Metodele folosite cu predilecție sunt cele de comunicare, iar formele de organizare a activității pot fi grupale, individuale sau frontale:

- *frontal*, atunci când profesorul prezintă tuturor elevilor noul material, folosind în special, metode expositive;

- *grupala și microgrupala*, atunci când se realizează învățarea în colectiv și în cadrul grupurilor mici, folosindu-se de exemplu, metoda interactivă a predării/învățării reciproce. În cazul acestei forme de organizare, rolurile didactice suferă transmutări: un elev poate fi profesor în cadrul grupului său;

- *individual*, atunci când transmiterea se realizează pentru un singur individ.

II.2. Strategiile de căutare și confruntare cu noul material, presupun stimularea inițiativei *educatului* de a merge către sursele de informare, responsabilitatea învățării revenindu-i în mare măsură. Rolul profesorului este de a favoriza aceste ocazii/experiențe de învățare prin căutare, tatonare, descoperire și a-i oferi sprijinul

Metodele principale sunt cele bazate pe explorare directă și/sau indirectă, în strânsă legătură cu cele dialogate.

II.3. Strategiile de acțiune și restructurare a noilor conținuturi au la origine dorința *individului* de a adapta și a face accesibil materialul informațional, de a opera restructurări și modificări în acord cu propriile opinii.

Metodele folosite sunt cu precădere de acțiune, dar împletite cu cele de explorare și de comunicare orală sau scrisă. Activitățile pot îmbrăca forme individuale, frontale, grupale, microgrupale, duale și mixte.

II.4. Strategiile de inovare și de creare de noi materiale (conținuturi informaționale și factuale) au la bază cunoașterea și folosirea metodelor și tehnicilor de muncă intelectuală. Rolul dirigitor al profesorului este redus la minimum, el devenind un alt membru al echipei creative.

Metodele și tehnicile sunt libere de orice constrângeri și sunt în special cele de stimulare a potențialului creativ individual și/sau colectiv: brainstormingul, strarbursting, tehnica lotus, pălăriile gânditoare, sinectica, Philips 6/6, metoda FRISCO etc.

O altă clasificare a strategiilor procesului de învățământ se poate realiza în funcție de *procesul pe care-l vizează și de cel care le inițiază*.

III: Astfel, din punct de vedere al *celui care le inițiază* putem distinge între:

III.1. Strategii ale profesorului:

III.1.1. Strategii de conducere a activității, exprimate prin *stilul pedagogic personal*, cu *arie largă de acoperire*;

III.1.2. Strategii didactice, cu arie restrânsă de acoperire, aplicându-se în *cadru unei activități*, a unei *lecții* sau unui ansamblu de lecții;

Aceste strategii didactice pot fi:

III.1.2.a. *Strategii de predare și de stimulare a învățării* (modalități de transmitere/receptare a cunoștințelor);

III.1.2.b. *Strategii de evaluare și de impulsioneare a învățării viitoare a elevilor.*

III.2. **Strategii ale elevilor:**

III.2.1. *Strategii de învățare* care se referă la modul concret în care elevul reușește să învețe (metode și tehnici de muncă intelectuală) și să aplice ceea ce învață (abilități practice) – *stilul personal de învățare* (despre care vom vorbi în subcapitolele următoare);

III.2.2. *Strategii de (auto)evaluare*, care se referă la capacitățile de a-și (auto)evalua munca, efortul și rezultatele obținute în mod individual și/sau colectiv.

Elementele componente ale unei strategii didactice

Operaționalizarea unei strategii didactice se constituie ca un exercițiu de rezolvare creativă a unei situații-problemă ce implică abordări și soluții metodologice complexe din partea profesorului.

Cadrul de organizare a strategiilor instruirii propus de Dan Potolea (1998, p. 143) cuprinde următoarele componente:

- modul de organizare a elevilor (frontal, individual, grupal);
- tipul de învățare;
- sarcina de învățare comună/diferențiată;
- dirijarea învățării (controlată, semi-independentă, independentă);
- metode și mijloace;

Raportul dintre *strategia didactică și metoda didactică* evidențiază diferențele existente la nivelul **împingului pedagogic angajat în proiectarea și realizarea activităților de instruire/educație.**

Tipologii extrase din lucrarea prof. Ioan Cerghit, “*Sisteme de instruire alternative și complementare. Structuri, stiluri și strategii*” (2002, pp. 280-283)

După natura activității, se pot distinge:

- o strategii *cognitive* (de prelucrare a informațiilor);
- o strategii *acționale* sau *psihomotorii*;
- o strategii *afectiv-emoționale* (de învățare prin trăire afectivă);

După implicarea creatoare/noncreatoare a profesorului în activitatea didactică:

- o strategii bazate pe *obișnuință*, pe *automatism*;
- o strategii bazate pe *complexe de deprinderi*;
- o strategii *novatoare*, ce dau frâu imaginației și inteligenței profesorului, acesta putând combina în mod creator noi tipuri de practici, pentru a asigura eficiența acțiunii;
- o strategii *imitative*;

După logica gândirii propusă elevilor:

- o strategii *inductive*;
- o strategii *deductive (axiomatice)* în variantele: strategia academică, strategia explicativă, strategia explicativ-intuitivă (demonstrativă), strategia conversativ-uristică, strategia problematizantă, strategia explicativ-reproductivă (expozitivă) ;
- o strategii *transductive, divergente*, care conduc la elaborarea de soluții/alternative noi/originală, stimulând gândirea laterală;
- o strategii *dialectice*, cu accent pe interacțiunile/conexiunile problematizante dintre idei;
- o strategii *ipotetice (rezolutive)*, care stimulează gândirea divergentă/ gândirea convergentă;
- o strategii *analogice* – “de învățare prin construire și prin utilizare de modele”;
- o strategii *analitice* – de analiză până la detalii;
- o strategii *integrative* sau *de sinteză* - bazate pe îmbinarea gândirii cu acțiunea, a teoriei cu practica;
- o strategii *descriptive*;
- o strategii *interpretative*;

- o strategii *ludice*;
- o strategii *mixte* (combinatorii), de tip inductiv-deductiv, deductiv-inductiv;

După gradul de dirijare al învățării elevului, avem:

- o strategii *algoritmice*;
- o strategii *euristice*;
- o strategii *mixte*;
- o strategii *creative*;

După originea motivației învățării:

- o strategii *externe*, activitățile sunt susținute motivațional din exterior, de către profesor;
- o strategii *interne*, de auto-construire a propriei cunoașteri, motivate din interior;

După modul de grupare al elevilor, avem:

- o strategii *frontale*;
- o strategii *de grup* (colective);
- o strategii *de microgrup* (echipă);
- o strategii *de lucru în perechi* (duale);
- o strategii *individuale* (bazate pe lucrul individual, independent);
- o strategii *mixte*.

PREDAREA – ÎNVĂȚAREA – EVALUAREA INTERACTIVĂ

De *interactivitate* dă dovadă elevul care devine *coparticipant* alături de profesor al propriei formări și *coresponsabil* de realizarea și efectele procesului de învățare.

Condițiile și situațiile specifice care pot duce la dezvoltarea spiritului investigativ, a gândirii divergente, a atitudinii creative și active în școală, pot fi considerate următoarele:

- Încurajarea elevilor să pună cât mai multe întrebări;
- Limitarea constrângerilor și a factorilor care produc frustrare;
- Stimularea comunicării prin organizarea de discuții și dezbateri între elevi, între profesor și elevi;
- Activizarea elevilor prin solicitarea lor de a opera cu idei, concepte, obiecte în vederea reconsiderării acestora și a emiterii de noi variante;
- Cultivarea independenței cognitive, a spontaneității și a autonomiei în învățare;
- Stimularea spiritului critic constructiv, a capacității de argumentare și de căutare a alternativelor.

Pentru a stimula activismul și creativitatea elevului, profesorul însuși trebuie să fie un tip creativ și activ, să manifeste un comportament și o atitudine pozitivă în acest sens. Instruirea interactivă redimensionază rolurile și ipostazele cadrului didactic. Inventarul acestora este făcut de către Mușata Bocoș în termenii următori: cadrul didactic este:

- **pedagog** care nu impune informațiile științifice ci “construiește dispozitive de învățare”, practicând o pedagogie diferențiată și individualizată;
- **proiectant, tutore, manager, moderator, organizator și gestionar** al conținuturilor, activităților și experiențelor de formare;
- **mediator** al învățării elevului într-un cadru euristic;
- **facilitator** al învățării și autoformării;
- **consilierul** elevului care are nevoie de sprijin în învățare;
- **partener** al elevului într-o relație educațională interactivă;
- **coordonator** al muncii elevilor;
- **animator, activizant și catalizator** al activităților de formare, al comunicării al interacțiunilor și al schimburilor interindividuale;
- **scenograf**, pregătind decorul desfășurării învățării eficiente;
- **actor** al demersurilor instructiv-educative;
- **strateg gânditor** pentru a ajuta elevul în construirea cunoașterii prin restructurări continue.

Exemplificări de metode interactive de predare-învățare

mozaicul, metoda piramidei, tehnica lotus, explozia stelară, pălăriile gânditoare, predare-învățarea reciprocă, schimbă perechea, diagrama cauzelor și a efectului, tehnica 6/3/5, metoda FRISCO, brainstorming.

Având un rol important în eficientizarea activităților de orice tip, evaluarea este permanentă în orice domeniu de activitate umană. Învățământul este un domeniu central și de maximă importanță socială, arie în care activitatea de evaluare se manifestă cu precădere și al cărei demers este profund justificat.

Bibliografie:

1. Bordas Alsina, Inmaculada; Cabrera Rodriguez, Flor, “Estrategias de evaluation de los aprendizajes centradas en el proceso”, In *Revista Espanola de Pedagogia*, Nr. 218/2001, Barcelona: Instituto Europeo de Iniciativas Educativas;
2. Cerghit, Ioan, *Sisteme de instruire alternative și complementare. Structuri, stiluri si strategii*, București: Editura Aramis, 2002;
3. *Dictionnaire de pedagogie*, Paris: Larousse, Bordas, 1996;
4. Meyer, Genevieve, *De ce și cum evaluăm*, Iași, Editura Polirom, 2000;
5. Oprea, Crenguța-L., *Pedagogie. Alternative metodologice interactive*, București, Editura Universității din București, 2003;
6. Oprea, Crenguța-L., *Strategii didactice interactive*, București, Editura Didactică și Pedagogică, R.A., ed. a IV-a, 2009;
7. Radu, I. T., *Evaluarea în procesul didactic*, București Editura Didactică și Pedagogică, 2000;

1.9. PROIECT REALIZAT CU FONDURI NERAMBURSABILE „ÎNVĂȚ SĂ GESTIONEZ UN CONFLICT”

**cu sprijinul Primăriei Municipiului Suceava și a Consiliului Local Suceava prin
programul de finanțare nerambursabilă în anul 2015**

**Prof. Băbăscu Melania
Colegiul Economic “Dimitrie Cantemir”
Suceava, România**

Abstract

Between the 1.06.2015-31.10.2015 I was member of team that carried of the project „I learn how to deal a conflict”. The aim of the project was to diminish the conflictual situations inside the family and at the highschool level and to learn what are the methods through which one can deal a conflict in the best way.

Violence is everything that distorts the human condition. „If society placed education in the center of attention , the prison would become museums the policemen would become poets and the psychiatrists would become musicians”(Augusto Curry).

The first activity was that of identifying the target group through applying some questionnaires and through interpreting them. All these had been accomplished with the aid of association funds: we applied quizzes for all the study level namely for 9th, 10th, 11th formers.

The second activity was that of promoting the project by producing some leaflets , posters, brochures, by advertising issues in the newspaper, „Crai Nou” , the publication of 2 articles promoting the project where we mentioned the Town Hall’s support.

Through the third activity carried on with our students „Forms of violence inside family and school”, and „No violence inside family and school”, we managed to run through a series of worksheets, questionnaires tests, conflictual situations within the family.

Through of the fourth activity carried on with the students we succeeded in running through a series of worksheets , questionnaires, tests, conflictual situations in family, types of violence, conflictual situation in family and school. The students managed to identify the causes of conflicts as well as the possibilities for dealing with them correctly.

The positive impact on the students:

- *preventing a violent behavior*
- *diminishing violence within family and school*
- *raising communication barriers between students , parents and teachers*
- *adopting an anti-violent-behavior*
- *a positive and an open minded attitude in initiating other projects*
- *cultivating a positive friendly behavior towards the environnement and community generally speaking*

I consider that this project accomplished its goal by completing the target objectives , through the developed activities and also by implementing it within school and family; it has a positive impact on our institution and on our local community.

În perioada 1.06.2015- 31.10.2015 am făcut parte din echipa ce a realizat proiectul „Învăț să gestionez un conflict”. Scopul proiectului a fost de a ameliora situațiile conflictuale la nivelul școlii, familiei și de a învăța cum putem gestiona cel mai bine un conflict.

Violența este tot ceea ce desfigurează condiția umană. „Dacă societatea ar plasa educația în centrul atenției, închisorile ar deveni muzee, polițiștii ar deveni poeți, iar psihiatrii ar deveni muzicieni” (Augusto Curry).

În mod tradițional școala și familia reprezintă locuri de producere și transmitere a cunoașterii, de formare a competențelor cognitive, de înțelegere a sensului vieții și a lumii care ne înconjoară, de înțelegere a raporturilor cu ceilalți și cu noi înșine. În acest context, a vorbi despre violență acolo unde ne așteptăm să găsim cele mai bune condiții pentru formarea și dezvoltarea armonioasă a personalității, poate părea un fapt cel puțin neverosimil.

Din statisticile noastre rezultă că acești copii se confruntă cu situații deosebite în familie, care generează diferite tipuri de violență în mediul școlar și familial.

Acest proiect și-a propus să coopteze în activități educative elevii care provin din familii care au fost identificate cu probleme de violență, alcool, șomaj, situații materiale precare. Ne-am propus atragerea acestora în acțiuni de voluntariat pentru a învăța cum să gestioneze sau să amelioreze un conflict în familie sau școală.

Violența este acceptată ca o cale de a rezolva conflictele. Acest lucru produce numeroase probleme, deoarece copiii învață din mediul în care trăiesc. Cu cât mediul cultivă mai mult violența, cu atât copiii se vor obișnui mai mult cu ea și va fi văzută ca o cale practică și sănătoasă de rezolvare a conflictelor.

Pentru a schimba această mentalitate, tinerii ar trebui să învețe:

- a) să recunoască violența;
- b) să facă față conflictelor folosind alte mijloace decât cele violente.

Prin activitățile educative desfășurate în cadrul proiectului vom căuta să satisfacem cele două mari nevoi, astfel elevii să învețe să adopte un comportament nonviolent în familie și școală.

Prima activitate a fost cea de **identificare a grupului țintă** prin aplicarea unor chestionare și interpretarea acestora. Acestea s-au realizat din fondurile asociației : am aplicat chestionare la toate nivelele de studiu, respectiv clasele aIXa , aXa, aXIa.

A doua activitate a fost cea **de promovare a proiectului** prin realizarea unor pliante, afișe, broșuri , publicitate în ziarul „Crai nou” , apariția a 2 articole de promovare a proiectului în care am menționat cu sprijinul Primăriei municipiului Suceava. Am tipărit un număr de 40 de pliante color și 10 afișe color. Pliantele și afișele au fost distribuite în cancelarie, direcțiune, secretariat, membrilor Asociației Părinților și profesorilor din Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” și câte un exemplar la Primăria Municipiului Suceava. Atât pe pliante, cât și pe afișe este menționat cu sprijinul Primăriei Municipiului Suceava din fonduri nerambursabile 2015. Această activitate de promovare a proiectului se va realiza pe toată perioada de derulare a acestuia până la data de 15 .10.2015.

Prin a3-a activitate desfășurată cu elevii „**Formele violenței în mediul familial și școlar**” și „**Fără violență în familie și școală**” (activitate dezbătută pe toată perioada proiectului) am reușit să parcurgem o serie de fișe de lucru, chestionare, teste, situații conflictuale în familie, fișă de lucru „De ce mă simt așa” tipurile de violență, situații conflictuale în familie, dar și la școală. Elevii au reușit să identifice cauzele generatoare de conflicte, dar și posibilitățile de a le gestiona corect. Fiecare elev din grupul țintă a prezentat un conflict în care a fost implicat în familie , cu unul dintre părinți sau la școală cu un profesor sau un alt coleg. În primul rând prin această activitate de grup am reuși înlăturarea barierelor în comunicare între elevi și părinți, elevi și profesori, dar am realizat și o educație pentru comportament non-violent. În urma acestor întâlniri 15 la număr au finalizat la sfârșitul lunii august o broșură în format electronic cu exemple de conflicte, dar și rezolvarea acestora, exemple de situații conflictuale din familii date de elevii implicați în proiect. S-au derulat 15 întâlniri cu elevii (7 în luna iunie și 8 în luna iulie), conform tabelelor de prezență anexate la dosar. Elevii au stabilit cuprinsul broșurii asigurând astfel o evoluție pozitivă în ceea ce privește tema proiectului. Broșura a fost tipărită în luna septembrie, fiecare participant la proiect se va bucura de ea. Tot în această perioadă elevii au primit o agendă personalizată cu titlul proiectului „Învăț să gestionez un conflict”.

Pe toată perioada acestor întâlniri din proiect am discutat și am realizat activități pentru cea de a5-a activitate menționată în proiect, „Fără violență în familie și școală”- activitate educativă de ameliorare a conflictelor din mediul școlar și familial – 2 ore (în fiecare săptămână pe toată durata proiectului). Pe toată durata proiectului membrii responsabili cu derularea acestuia au dus în permanență o campanie fără violență în școală și familie. Nu ne-am referit doar la violență fizică ci și la violența verbală. Membrii grupului țintă au propus soluții de eliminare a actelor de violență la nivelul școlii și în familie.

De asemenea, le-au fost date câte o agendă personalizată cu titlul proiectului „Învăț să gestionez un conflict”. Cu banii din prima tranșă am reușit să achiziționăm un nr. de 25 de agende. Elevii au primit agende personalizate conform procesului verbal realizat anexat, o agendă am dus ca dovadă la primărie, 2 agende la direcțiune, 3 agende au luat membrii echipei de proiect. Restul de agende vor fi împărțite colegilor, dar și membrilor altor Asociații cu care suntem parteneri în alte activități promovând astfel proiectul „Învăț să gestionez un conflict” pe toată durata de desfășurare a acestuia.

Prin a 4-a activitatea desfășurată cu elevii „Formele violenței în mediul familial și școlar” și „Fără violență în familie și școală” (activitate dezbătută pe toată perioada proiectului) am reușit să parcurgem o serie de fișe de lucru, chestionare, teste, situații conflictuale în familie, fișă de lucru „De ce mă simt așa”, tipurile de violență, situații conflictuale în familie, dar și la școală. Elevii au reușit să identifice cauzele generatoare de conflicte, dar și posibilitățile de a le gestiona corect. Fiecare elev din grupul țintă a prezentat un conflict în care a fost implicat în familie , cu unul dintre părinți sau la școală cu un profesor sau un alt coleg. În primul rând prin această activitate de grup am reuși înlăturarea barierelor în comunicare între elevi și părinți, elevi și profesori, dar am realizat și o educație

pentru comportament non-violent. În urma acestor întâlniri 20 la număr s-a tipărit broșura cu exemple de conflicte, dar și rezolvarea acestora, exemple de situații conflictuale din familii date de elevii implicați în proiect. S-au derulat 20 întâlniri cu elevii. Elevii au stabilit cuprinsul ghidului de bune practici împreună cu d-na psiholog și cu responsabilii proiectului asigurând astfel o evoluție pozitivă în ceea ce privește tema proiectului. Ghidul a fost tipărit la sfârșitul lunii octombrie, fiecare participant la proiect se va bucura de el. Tot în această perioadă elevii au primit broșura tipărită „Învăț să gestionez un conflict”.

A 5-a activitate din proiect, „**Gestionarea și ameliorarea conflictelor**” – activitate pe grupe pentru soluționarea conflictelor prin studii de caz identificate din viața reală s-a derula la cabinetul psihologic al d-nei Posmangiu. Elevii au lucrat fișe, situații concrete de conflict la care au participat și au realizat studii de caz pe această temă.

Pe toată perioada acestor întâlniri din proiect am discutat și am realizat activități pentru cea de a 6-a activitate menționată în proiect, „Fără violență în familie și școală” - activitate educativă de ameliorare a conflictelor din mediul școlar și familial – 2 ore (în fiecare săptămână pe toată durata proiectului). Pe toată durata proiectului membrii responsabili cu derularea acestuia au dus în permanență o campanie fără violență în școală și familie. Nu ne-am referit doar la violență fizică ci și la violența verbală. Membrii grupului țintă au propus soluții de eliminare a actelor de violență la nivelul școlii și în familie.

Menționăm că 10 întâlniri au fost la cabinetul psihologic al d-nei Posmangiu Carmen. Astfel, elevii claselor a X-a care încep programul la ora 13 au fost la cabinetul d-nei de dimineață de la ora 11. Un elev nu poate rezista fără mâncare și lichide până seara la orele 20. Elevii claselor a XI-a și a XII-a au fost programați la activități la încheierea cursurilor, respectiv orele 14-16.

Rezultate obținute și rezultate așteptate:

Rezultatele obținute cu grupul țintă de elevi pentru care s-a obținut finanțarea sunt:

Rezultate exprimate în termeni cantitativi:

Participarea unui nr. de 10 elevi și implicarea acestora în toate activitățile proiectului, dovedit prin dosarul grupului țintă ce cuprinde:

- copie după C.I 10 copii
- declarația de accept la acest proiect pe copia buletinului 10
 - liste cu prezențe la cele 15 întâlniri realizate în această perioadă pentru cele 3 activități desfășurate
- procese verbale de predare/ primire a consumabilelor
- album cu fotografii de la aceste întâlniri din cadrul proiectului
- afișe, pliante de promovare a proiectului, 2 articole în ziarul „Crai nou”/ achiziționare agende personalizate cu titlul proiectului „Învăț să gestionez un conflict”

Realizarea broșurii:

- fotografii cu activități de instruire în pregătirea broșurii
- materialele completate de către elevi care sunt în lucru deoarece este vacanță
- broșura în format electronic ce a fost finalizată la sfârșitul lunii august- prima jumătate a lunii septembrie

Impact pozitiv pentru elevi:

- prevenirea unui comportament violent
- diminuarea violenței în familie și școală
- eliminarea barierelor din comunicarea dintre elevi – părinți - profesori
- adoptarea unui comportament anti violent
- atitudine pozitivă și deschidere în demararea unor proiecte
- cultivarea atitudinii pozitive față de mediu, comunitate în general

Impact pentru comunitate:

- educația pentru bunul cetățean
- atitudine pozitivă față de societate
- ameliorarea spiritului civic

Consider că acest proiect și-a atins scopul prin realizarea obiectivelor propuse, prin activitățile desfășurate, dar și prin implementarea lui în școală și familie.

1.10. TRANSDISCIPLINARITATE ÎN ORA DE LITERATURA ROMÂNĂ

prof. Beșa Mihaela
Colegiul Economic "Dimitrie Cantemir"
Suceava, România

„Generațiile se succed, dar nu se aseamănă. A fi dintr-o generație nouă înseamnă, așadar, nu a fi tânăr – mulți dintre tineri fiind bătrâni – ci a participa activ la elaborarea sensibilității epocii și la fixarea stilului ei; a fi dintr-o generație nouă înseamnă a fi contemporan cu tine însuși.” (Eugen Lovinescu)

Abstract

The article: "Transdisciplinarity in The Romanian Class" proposes a new approach of overseeing the content that needs studying, the transdisciplinary one being meant to bring new shapes of understanding and interpretation of the surreal and imaginary.

This implies a great quantity of information, the accent being put especially on the student. The personal decisions are elaborate in an independent way under the shape of the influence of knowledge. The transdisciplinary phenomenon occurs when the tolerance and openness are accepted as components in the new methodology. As well, taking the responsibility assumed to the self regarding the actions taken place is a key-element in the trial of picturing a transdisciplinary image, regardless of the theme, is a natural and educational balance based on the complexity and knowledge of information. As well, communication sustained by affection, as well as the capacity of opening towards the unknown, determines a process of self-knowledge of the specific values of the human personality.

The article includes an outline of the lesson having as support "Luceafarul" by Mihai Eminescu in order to illustrate, practically, the scientific ideas that are, in our opinion, always rigid and apparently, can't be applied.

Educația trebuie să primeze în cadrul relațiilor interpersonale, astfel încât latura socială să poată determina voința să se afirme. Realitatea, oricare ar fi ea, exprimă modalități diferite de înțelegere asupra cunoașterii. De aceea, acceptarea modelelor nu rezolvă întotdeauna problemele, dar poate *orienta*, în schimb, conștiința implicată în acest proces.

Procesul de învățare trebuie să se desfășoare, conform logicii terțului inclus, pe mai multe niveluri de realitate, relevând în acest sens, noi domenii ale cunoașterii. Prin nașterea unor discipline se constată prezența elementului de noutate. Astfel, relațiile specifice acestei abordări presupun eliminarea rigidității pe parcursul asimilării conținutului învățării. În acest sens, fără a renunța la rigoare, profesorul trebuie să evite predarea continuă, doar pe bază de definiții sau formalizare

excesivă. De asemenea, el trebuie să accepte din partea elevului orice idee emisă dând dovadă de toleranță. Această atitudine trebuie implementată și elevului pentru a se putea forma în spiritul educației transdisciplinare.

Imaginea transdisciplinară este prezentă când în procesul de predare-învățare se poate găsi aplicația necesară. În urma dialogului, experiența este cea care deține un rol important, fiind sprijinită la rândul ei de o cultură generală bogată. Prin urmare, este vorba despre o nouă mentalitate, exprimată printr-o atitudine transculturală, unde „educația transdisciplinară se bazează pe reevaluarea rolului intuiției, imaginației, sensibilității și corpului în transmiterea cunoștințelor” (Basarab Nicolescu, 1999).

În acest sens, propunem în continuare un nou tip de abordare a conținutului învățării, cel transdisciplinar, menit să aducă noi forme de înțelegere și interpretare atât asupra realului, cât și asupra imaginarului. De asemenea, aducem drept exemple, *posibile* situații de învățare adecvate pentru diferite tipuri de învățare. Totodată am corelat această perspectivă cu idei legate de teoria inteligențelor multiple. Mai mult, proiectul vizează o interpretare transdisciplinară a poemului *Luceafărul* de Mihai Eminescu, punând accent îndeosebi pe aspectele literare și filozofice. Cu toate acestea, abordarea transdisciplinară „ne obligă” să luăm în considerare și alte domenii disciplinare care își fac simțită prezența în această analiză. De aceea, considerăm că realizarea unui proiect transdisciplinar nu presupune în mod obligatoriu un model standard, deoarece „rigoarea, deschiderea și toleranța sunt caracteristicile fundamentale ale atitudinii și viziunii transdisciplinare” (Basarab Nicolescu, 1999). Aceasta nu înseamnă că subiectul este epuizat deoarece, oricând, conștiința trebuie să fie deschisă spre complexitatea noutății.

Proiect transdisciplinar de abordare a conținutului învățării

CLASA: a XI-a

TIPUL PROIECTULUI: de receptare a unui text literar

COMPETENȚE SPECIFICE:

- identificarea legăturilor între interpretări de natură literară și interpretări de natură filozofică;
- înțelegerea unui aparat conceptual care să ofere moduri de gândire într-un câmp larg de aplicare;
- formarea unor capacități de tip cognitiv, creativ, reflexiv, comunicațional care să permită dezvoltarea unei gândiri originale;

OBIECTIVE OPERAȚIONALE:

- identificarea semnificațiilor poemului analizat;
- explicarea ideilor filozofice valorificate de poet în text;
- exprimarea unor opinii argumentate legate de sensurile identificate;

STRATEGII DIDACTICE

• *Tipuri de activități:*

- frontal – pentru reactualizarea cunoștințelor;
- individual – prin argumentarea sau combaterea unor opinii legate de problematica prezentă în poem;
- în grup – pentru realizarea unui dialog cu limbaj comun, dar cu o terminologie specifică disciplinelor abordate (literatura română, filozofie)

NOTĂ : Poate fi dată drept sarcină realizarea unor activități de creație (eseuri structurate sau nestructurate), prin care să se verifice, dar și să se cultive inteligența verbal – lingvistică. De pildă, propunem următoarele:

- redactarea unui eseu pe una dintre teme: „Uman și universal în *Luceafărul*”, „Genialitatea și proximitatea acesteia față de fericire”, „Omniprezența iubirii și farmecul luminii reci” (aluzie la strofa nr. 90), „Simplitate și complexitate în poemul *Luceafărul*”.

- explicarea unor noțiuni ca: „Luceafăr”, „Hyperion”, „nemurire”, „moarte”, „iubire”, etc., sau versuri precum: „Nu e nimic și totuși e / O sete care-l soarbe / E un adânc asemenea / Uitării celei oarbe”, „Ei doar au stele cu noroc / Și prigoniri de soarte”, „Trăind în cercul vostru strâmt / Norocul vă petrece, / Ci eu în lumea mea mă simt / Nemuritor și rece.”, etc.

- *Metode de evaluare:*

- evaluare orală (se pot urmări aptitudinile lingvistice);

- observarea sistematică a comportamentului elevilor.

În urma acestor activități, elevul trebuie să fie capabil să analizeze și să explice aspecte legate de problematica abordată.

SURSE BIBLIOGRAFICE:

Aceste surse trebuie să îndeplinească criteriul calității astfel încât demersurile elevului să fie valorificate în mod optim. Cu toate acestea, menționăm că se poate consulta și o bibliografie mai veche pentru a putea fi înțeleasă terminologia conceptuală adoptată într-un anumit context istoric, dar și interpretări specifice filozofiei. Nu trebuie uitate temele și motivele mitologice întâlnite pe parcursul lecturării. Este indicată utilizarea unor manuale, cărți de specialitate care abordează acest poem. De exemplu, pentru situația de față se poate da următoarea bibliografie orientativă:

1. Călinescu, George, *Opera lui Mihai Eminescu* (vol. I și II), Editura Minerva, 1976.

2. Vianu, Tudor, *Mihai Eminescu. Studii*, Editura Junimea, Iași, 1974.

3. Didier, Julia, *Dicționar de filosofie*, Editura Univers Enciclopedic, București, 1998.

4. Schopenhauer, Arthur, *Lumea ca voință și reprezentare*, Editura Moldova, Iași, 1995.

Relevantă în acest sens este distincția realizată de filozoful german între omul obișnuit și geniul: „(...) pentru ca geniul să se manifeste într-un individ, acest individ trebuie să fi primit o sumă de putere cognitivă care depășește cu mult pe aceea care este necesară pentru a servi o voință individuală”, iar „omul obișnuit, pe deplin sătul și satisfăcut de rutina prezentului se cufundă în aceasta, peste tot el găsește numai egali (...)” (Arthur Schopenhauer, 1995).

ANALIZA ȘI INTERPRETAREA TRANSDISCIPLINARĂ

Într-o astfel de analiză transdisciplinară se pot observa idei și concepte filozofice, unde capacitățile cognoscibile pot fi evidențiate prin intermediul inteligenței interpersonale (scopul este acela de a înțelege intențiile Cătălinei, precum și a sentimentelor acesteia, prin care se exprimă însăși pasiunea erotică), cât și a inteligenței intrapersonale (transpunerea modelelor întâlnite la persoana hermeneutului, a celui care urmărește înțelegerea și interpretarea ideilor). Consensul și punerea în pielea personajului constituie elemente de bază în înțelegerea situației, procesul de învățare bazându-se pe capacități cognitive, creative, reflexive, comunicative.

Parcursul bibliografiei poate determina o performanță educațională bazată pe etape bine structurate (*rigoarea* este necesară în acest sens):

- familiarizarea cu structura și conținutul poemului;

- prezentarea de către profesor a principalelor izvoare folclorice (basmul „Fata din grădina de aur”) și filozofice (idei filozofice regăsite în tema spațiului, tema cosmosului, tema naturii, tema iubirii).

Astfel, pot fi stimulate aspecte legate de inteligența logico-matematică (prezența problematizărilor, analiza unor asemănări între cel puțin două texte literare, și/sau cel puțin două idei filozofice, etc.). Totodată, prin realizarea schemei *uman – universal*, precum și prin ilustrarea unei părți (strofe) din poem, poate fi pusă *la încercare* inteligența vizual-spațială. Prezența mai multor

niveluri de realitate sugerează aici câmpul transdisciplinar informațional. Astfel, existența nivelurilor de organizare în cadrul acestor niveluri de realitate fac posibilă conștientizarea fluxului de informație. Coerența dintre nivelurile de realitate (uman-cosmic)ⁱ poate fi înțeleasă ca un cuplu de contradictorii (A, non-A) explicabil printr-o logică a terțului inclus (starea T). De pildă, fereastra constituie elementul de legătură între cele două planuri (strofa 3) : „Din umbra falnicelor bolți / Ea pasul și-l îndreaptă / Lângă fereastră, unde-n colț / Luceafărul așteaptă”.

Problematika filozofică este redată prin intermediul unor cuvinte și expresii care trimit la conceptele de timp și spațiu: „veacuri multe”, „marea”, „cerul”. Legătura între nivelurile de realitate se realizează pe verticală, unde coborârea luceafărului „în codri și pe dealuri” se face „alunecând pe-o rază”. Interesant este, în acest sens, versul „Pătrunde-n codru și în gând” (strofa 95), în care imaginea creată trimite la o interpretare filozofică.

De asemenea, în abordarea acestei perspective transdisciplinare, poate fi pusă în evidență inteligența naturalistă a persoanei care realizează interpretarea. Astfel, aceasta descrie peisajele prezente în poem, explicând totodată elementele de vocabular care trimit la natură.

NOTĂ: Avantajul acestei analize transdisciplinare constă în faptul că elevul poate să intre în posesia informațiilor și în afara orelor de curs. Astfel, el poate consulta oricând un material informativ într-o bibliotecă, cu ajutorul internetului, prin intermediul unei lucrări de specialitate achiziționată, etc. De asemenea, el poate stabili anumite corelații între cunoștințe dobândite atât în timpul orelor de curs, cât și în afara acestora.

CONCLUZII:

Acest demers interpretativ necesită o cantitate mare de informație, accentul punându-se în special pe elev. Deciziile personale sunt elaborate în mod independent, dar sub influența experienței cunoașterii. Fenomenul transdisciplinar intervine când toleranța și deschiderea sunt acceptate drept componente în noua metodologie. De asemenea, asumarea propriei responsabilități față de acțiunile întreprinse constituie un element cheie în tentativa de a realiza o imagine transdisciplinară a cunoașterii. În fond, scopul analizei transdisciplinare, indiferent de tema abordată, constă în obținerea unui echilibru educațional bazat pe complexitatea și cunoașterea informației. De asemenea, comunicarea susținută de afectivitate, precum și de capacitatea de deschidere spre necunoscut, determină un proces de autoconștientizare a valorii specifice personalității umane.

BIBLIOGRAFIE:

1. Călinescu, George, *Opera lui Mihai Eminescu* (vol. I și II), Editura Minerva, 1976
2. Didier, Julia, *Dicționar de filosofie*, Editura Univers Enciclopedic, București, 1998
3. Nicolescu, Basarab, *Transdisciplinaritatea*, Editura Polirom, Iași, 1999, pag.174-175.
4. Schopenhauer, Arthur, *Lumea ca voință și reprezentare*, Editura Moldova, Iași, 1995, pag. 261.
5. Vianu, Tudor, *Mihai Eminescu. Studii*, Editura Junimea, Iași, 1974.

1.11. PĂLĂRIILE GÂNDITOARE

Prof. Boberschi Gabriela
Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir”
Suceava, România

Abstract

Thinking Hats method is a technique interactive , stimulating creativity participants who rely on interpretation 6 roles depending on the chosen hat , each with a different color : white, red, yellow, green, blue and black . Group members choose their hats and will perform such precise role, as it sees best.

- *Blue hat → clear*
- *White hat → informs*
- *Green hat → generates new ideas and effort*
- *Yellow hat → creative benefits*
- *Black hat → identifies mistakes*
- *Red hat → says what he feels about*

White hat. "The one wearing the white hat must imagine a computer that provides information and images when it is asked, the computer is neutral and objective. It does not provide interpretations and opinions. " When" wearing " white hat thinker should imitate the computer ; focus strictly on the issue discussed objectively and report accurate data. White hat is disciplined thinker and directly indicates neutrality.

Red hat. Wearing the red hat thinker can say, " the way I feel about ..." This hat legitimizes emotions and feelings as part of the thinking, making it possible and their expression. The red hat allows the thinker to explore the feelings of the participants in the discussion by asking what their " red hat in perspective ", ie the emotional and affective. The case of this perspective should not justify nor feeling sites to find logical explanations for them.

The black hat. Hat is warning concentrated mainly on negative assessment of things, pointing out what is wrong, incorrect and that errors. Explain that does not fit ; the risks , dangers , mistakes proposed approaches. You can use negative formulations, such as: " But if does not match ..." " Not only do not work, but neither ...".

The yellow hat. It is the symbol of positive thinking and constructive optimism that focuses on positive evaluations, as were specific to the negative black hat. Hopes, envisages benefits, the amount of information and data and facts require a greater effort of thought. Yellow hat thinker struggling to find logical and practical supports for these benefits and values, offers suggestions, clear and concrete proposals.

Green hat. It symbolizes creative thinking, expressing fertility, rebirth, seed value. Searching for alternatives is the fundamental aspect of thought into green hat. It is used to arrive at new concepts and new perceptions, new variants, new possibilities and creative effort required from students.

The blue hat. Hat is responsible for controlling the actions undertaken, it had to explore the subject. The blue hat is the conductor and ask for help from other hats, defines the problem and leading questions, reconcentrated information during the activity and formulate main ideas and conclusions at the end. " Monitor the game and considers compliance, resolve conflicts and thinking insists on building approach intervenes from time to time and also at the end. " Even if he has the lead role, hats allowed to address any comments and suggestions.

Metoda pălăriilor gânditoare este o tehnică interactivă, de stimulare a creativității participanților care se bazează pe interpretarea de 6 roluri în funcție de pălăria aleasă, fiecare având câte o culoare: alb, roșu, galben, verde, albastru și negru. Membrii grupului își aleg pălăriile și vor interpreta astfel rolul precis, așa cum consideră mai bine.



- ✚ Pălăria albastră → clarifica
- ✚ Pălăria albă → informează
- ✚ Pălăria verde → generează ideile noi și efortul
- ✚ Pălăria galbenă → aduce beneficii creative
- ✚ Pălăria neagră → identifică greșelile
- ✚ Pălăria roșie → spune ce simte despre

Pălăria albă. „Cel ce poartă pălăria albă trebuie să-și imagineze un computer care oferă informații și imagini atunci când acestea i se cer, calculatorul fiind neutru și obiectiv. Nu oferă interpretări și opinii.” Când „poartă” pălăria albă, gânditorul trebuie să imite computerul; să se concentreze strict pe problema discutată, în mod obiectiv și să relateze exact datele. Gânditorul pălăriei albe este disciplinat și direct, indică neutralitatea.

Pălăria roșie. Purtând pălăria roșie, gânditorul poate spune: „Așa simt eu în legătură cu...” Această pălărie legitimează emoțiile și sentimentele ca parte integrantă a gândirii, făcând posibilă vizualizarea și exprimarea lor. Pălăria roșie permite gânditorului să exploreze sentimentele celorlalți participanți la discuție, întrebându-i care este părerea lor „din perspectiva pălăriei roșii”, adică din punct de vedere emoțional și afectiv. Cel ce privește din această perspectivă nu trebuie să-și justifice feeling-urile și nici să găsească explicații logice pentru acestea.

Pălăria neagră. Este pălăria avertisment, concentrată în special pe aprecierea negativă a lucrurilor, punctând ce este rău, incorect și care sunt erorile. Explică ce nu se potrivește; care sunt riscurile, pericolele, greșelile demersurilor propuse. Se pot folosi formulări negative, de genul: „Dar dacă nu se potrivește cu...”, „Nu numai că nu merge, dar nici nu...”.

Pălăria galbenă. Este simbolul gândirii pozitive și constructive, al optimismului ce se concentrează asupra aprecierilor pozitive, așa cum pentru pălăria neagră erau specifice cele negative. Exprimă speranța, are în vedere beneficiile, valoarea informațiilor și a faptelor date și cere un efort de gândire mai mare. Gânditorul pălăriei galbene luptă pentru a găsi suporturi logice și practice pentru aceste beneficii și valori, oferă sugestii, propuneri concrete și clare.

Pălăria verde. Simbolizează gândirea creativă, exprimă fertilitatea, renașterea, valoarea semințelor. Căutarea alternativelor este aspectul fundamental al gândirii sub semnul pălăriei verzi.

Este folosită pentru a ajunge la noi concepte și noi percepții, noi variante, noi posibilități și cere un efort de creație din partea elevilor.

Pălăria albastră. Este pălăria responsabilă cu controlul demersurilor desfășurate, fiind nevoită să exploreze subiectul. Pălăria albastră este dirijorul și cere ajutorul celorlalte pălării, definește problema și conduce întrebările, reconcentrează informațiile pe parcursul activității și formulează ideile principale și concluziile la sfârșit. „Monitorizează jocul și are în vedere respectarea regulilor, rezolvă conflictele și insistă pe construirea demersului gândirii, intervine din când în când și de asemeni la sfârșit.” Chiar dacă are rolul conducător, este permis oricărei pălării să-i adreseze comentarii și sugestii.

PROIECT DIDACTIC

Profesor: BOBERSCHI GABRIELA

Clasa: a X-a

Modul II: Protecția consumatorului și a mediului

Unitatea de învățare: *Gestionarea ambalajelor în vederea recuperării respectând igiena și securitatea muncii*

Titlul lecției: *Ambalajul*

Tipul lecției: *lecție de recapitulare și sistematizare a priceperilor și deprinderilor*

Durata lecției: 50 minute

Unitatea de competență: UC14 Protecția consumatorului și a mediului

Competențe specific: C3 Gestionează ambalajele în vederea recuperării



BEFORE



AFTER

STUDIU DE CAZ

Firma EUROPEAN DRINKS S.A. are un mare succes pe piața băuturilor carbogazoase din România. În cadrul firmei se desfășoară toate fazele procesului de producție, de la compoziția chimică a băuturilor răcoritoare, până la ambalaje, etichete, folii termocontractibile, pungi.

Ambalajele PET constituie în prezent cea mai modernă tehnică de îmbuteliere, lucru ce asigură atât protecția consumatorilor (fiind ambalaj de unică folosință, protejează sănătatea consumatorilor), cât și facilitatea manipulării, transportului, depozitării, fiind incasabile.

Calitatea produselor este verificată riguros în laboratoarele proprii, dotate cu aparate de laborator corespunzătoare, dar este și certificată de către un organism internațional. „European Drinks” este prima companie românească producătoare de băuturi răcoritoare și de apă minerală care a obținut Certificatul de calitate EN ISO 9001, eliberat de organismul internațional de atestare a sistemelor calității, TVU Cert din Germania.

Stabiliți din perspective *pălăriei gânditoare* pe care o reprezentați dacă:

1. ambalajul folosit de firma „European Drinks” își îndeplinește rolul și funcțiile.
2. modul în care ambalajul face publicitate produsului.
3. caracterul ecologic al ambalajului.



Când gândim cu pălăria albastră, încercăm să oferim o privire de ansamblu asupra faptelor !

Definirea clară a problemei



Extragerea concluziei

MODERATORUL

Echipa pălăriei albastre va oferi informații despre firma "European Drinks S.A.". La sfârșit, după ce toate pălăriile își vor spune părerea, va trage concluziile.

Gândiți !

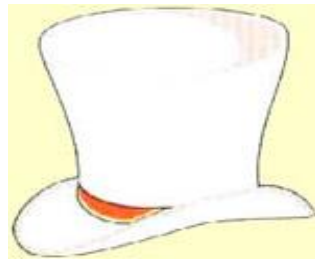
Lucrați în perechi !

Comunicați!



Cu pălăria albă pe cap, se face o evaluare obiectivă a faptelor, situațiilor!

Gândire obiectivă, care se bazează pe informații, fapte



Prezintă lucrurile așa cum sunt, fără nici o părere,

interpretare critică

sau emoție.

POVESTITORUL

Echipa purătoare pălăriei albe va prezenta elementele de marcare a ambalajului, precum și materialul și metodele de ambalare utilizate de firma "European Drinks".

Gândiți !

Lucrați în perechi !

Comunicați!



Cu pălăria verde pe cap, nu există limite în calea gândurilor !



Gândire creativă,
care se bazează
pe generarea de idei
noi,
identificarea de
alternative

GÂNDITORUL

Analizați rolul ambalajului firmei "European Drinks", plecând de la următorul text:
„Comercializarea produselor este de neconceput, în cele mai multe cazuri, fără existența ambalajelor. Lipsa ambalajelor ar face schimbul de mărfuri costisitor, inefficient și chiar imposibil.”



Gândiți !

Lucrați în perechi !

Comunicați!

Cu această pălărie, gândim pozitiv și vedem numai avantajele situației!

gândire
pozitivă, se
bazează pe
o abordare
pozitivă a
evenimentelor



CREATORUL

evidențiere a
avantajelor,
oportunităților
și a posibilităților
de concretizare a
ideilor

Echipa reprezentativă a acestei pălării va prezenta modul în care ambalajul face publicitate produselor și informează consumatorii.

Când gândim cu pălăria roșie, nu trebuie să dăm nicio justificare !



Gândire afectivă, care se bazează pe emoții, sentimente, intuiție

PSIHOLOGUL

Purtând pălăria roșie, pot spune așa:

”Așa simt eu în legătură cu oferta firmei ”European Drinks”

”Intuiția îmi spune că...”

”Sentimentul meu este că...”



Gândiți !

Lucrați în perechi !

Comunicați!

Cu pălăria neagră pe cap, se face o evaluare critică a faptelor!

Gândire negativă,
se bazează pe evidențierea greselilor,
a punctelor slabe și a riscurilor.



E o pălărie pesimistă.

CRITICUL

Echipa acestei pălării va răspunde următoarelor întrebări:

- Elementele de marcare a ambalajului oferă toate informațiile necesare consumatorilor despre produs?
- Ambalajul utilizat de ”European Drinks” este, oare, un ambalaj ecologic?

Bibliografie:

1. Cucuș C., *Pedagogie*, Editura Polirom, București, 2014

2. Neacșu I., *Metode și tehnici de învățare eficientă. Fundamente și practici de succes*. Editura Polirom, București, 2015

1.12. TEACHING VOCABULARY THROUGH COLLOCATIONS AND IDIOMS TO ENGLISH FOREIGN LEARNERS

Prof. Adriana Busuioc
Economic College “Dimitrie Cantemir”
Suceava, Romania

Abstract

“If Language structures make up the skeleton of language, then it is vocabulary that provides the vital organs and the flesh” (Harmer 153).

This paper explains what is meant by collocation and idiom and why it is important and useful in English language teaching.

The importance of vocabulary acquisition has always been recognized, although, at times, vocabulary was treated as separate grammar and skills. It is accepted that choosing our words carefully in certain situations is more important than choosing grammatical structures (Harmer). If we cannot use structures correctly, we do not have enough vocabulary knowledge.

Vocabulary is still seen as something less important than grammar and we, teachers, do not focus on it as much as we should. From my personal experience it can be caused by the fact that vocabulary is something that most students learn more easily than grammar and get good marks.

Collocation knowledge is crucial for fluent language use and often do not receive sufficient attention, either inside or outside the language classroom. Learning collocations will help to increase the range of English vocabulary. People will probably understand what you mean if you talk about “making a crime” (instead of committing a crime) but your language will sound unnatural and might perhaps confuse.

*Baker (1992) classifies collocations as open and restricted. Open collocations are words that can go with a wide range of other words (e.g. big house, beautiful house, small house) restricted collocations which are similar to **idioms**. Benson, Benson & Ilson (1986) define idioms as “relatively frozen expressions whose meanings do not reflect the meanings of their component parts.*

An idiom is an expression, which is a term or a phrase whose meaning cannot be deduced from the literal definitions and the arrangement of its parts, but refers instead to a figurative meaning. For example: 'Don't worry, driving out to your house is a piece of cake.' We would understand that the expression 'piece of cake' means that it's easy. Normally, we obviously wouldn't associate the word 'cake' when it is on its own as anything other than dessert. But in this context, it's a well-known idiom.

Ways to teach idioms

- **Provide idioms in context**
- **Teach idioms in spoken form** not written, and explain to students how they are conversational, rather than formal. Have students practice the idioms in dialogue to help them understand they're used in spoken colloquial English.
- **Be sure to explain how the individual words have different meanings from the whole idiom phrase.** For example, how much does an arm and a leg actually cost? Who knows?



- *Teach idioms with pictures*
- *Use small groups to present dialogues*

Colorful language and powerful imagery make idioms a lot of fun for ESL learners. When you throw cats and dogs in a scene where they are falling from the sky, it's hard to know exactly what a phrase might mean. It's almost like a code-breaking game, where students must learn that when certain words come together in a phrase, they can mean something very different. It's important to not only teach the meaning of idioms, but also to teach how to use them correctly and effectively. When a non-native speaker uses an idiom correctly, he or she will sound very fluent.

“If Language structures make up the skeleton of language, then it is vocabulary that provides the vital organs and the flesh” (Harmer 153).

In other words, no matter how brilliantly one masters his/her English grammar without the knowledge of vocabulary, it is useless because words are the basis that create the speech.

In the past vocabulary was underestimated and it was perceived only as a need to teach grammar but nowadays vocabulary has become more acknowledged by methodologists.

The importance of vocabulary acquisition has always been recognized, although, at times, vocabulary was treated as separate grammar and skills. It is accepted that choosing our words carefully in certain situations is more important than choosing grammatical structures (Harmer). If we cannot use structures correctly, we do not have enough vocabulary knowledge.

As an English teacher I agree with what Harmer says and I feel that vocabulary is still seen as something less important than grammar and we, teachers, do not focus on it as much as we should. From my personal experience it can be caused by the fact that vocabulary is something that most students learn more easily than grammar and get good marks.

This paper explains what is meant by collocation and why it is important and useful in English language teaching.

The term **collocation** generally refers to the way in which two or more words are typically used together. For example we talk about *heavy rain* but no *heavy sun*, or we say that *we make* or *come to a decision*, but we do not *do a decision*. So, *heavy rain* and *make a decision* are often referred to as **collocations** and we say that *heavy collocates with rain*, or that *heavy and rain* are **collocates** of each other.

Why learn collocations?

Collocation knowledge is crucial for fluent language use and often do not receive sufficient attention, either inside or outside the language classroom. While more recent textbooks include some collocation work, this work is systematic and the associated activities are too few. Learning collocations will help to increase the range of English vocabulary. People will probably understand what you mean if you talk about “*making a crime*” (instead of committing a crime) but your language will sound unnatural and might perhaps confuse. For example, you will find it easier to avoid words like *very* or *nice* or *beautiful* or *get* by choosing a word that fits the context better. If you are taking a written exam in English and want to make a good impression on the examiners (in advanced level exams, marks are often specifically awarded for the appropriate handling of collocations).

Language knowledge is collocational knowledge (Ellis, 2001). Learning which particular words - especially nouns, verbs, adjectives, adverbs - commonly collocate with would give learners a better understanding of collocations.

Types of collocations

Collocations can be classified in many ways. Baker (1992) classifies collocations as open and restricted. Open collocations are words that can go with a wide range of other words (e.g. big house, beautiful house, small house) restricted collocations which are similar to **idioms**. Benson, Benson &

Ilson (1986) define idioms as “*relatively frozen expressions whose meanings do not reflect the meanings of their component parts*”.

The present paper would highlight the importance of idioms in language use, English language teaching and strategies to promote idiomatic English at undergraduate level.

ESL learners who only learn individual words will need a lot more time and effort to express themselves. Consequently, it is essential to make students aware of chunks and their usage in language production.

There is a common assumption that the more words a learner knows, the larger the learner’s vocabulary knowledge. However, there is another dimension to vocabulary knowledge that should be considered, namely how far a learner knows the combinatory possibilities of a word. Some linguists call them ‘lexical phrases’ or ‘lexical items’, others prefer the term ‘multi-word chunks’ or just ‘chunks’ of language (Moon, 2001). Miller (1956) cited in Ellis (2001) coined the term ‘chunking’. These multi-word chunks or expressions are namely: idioms, proverbs, sayings, phrasal verbs and collocations. This aspect of vocabulary knowledge has until recently been largely ignored.

Idioms

Words constitute the genesis of all languages, and learning any language either the first or any subsequent one is deemed pointless without learning words. Moreover, the coining of new words never stops, nor does the acquisition of words. This process is evident even in our first language; we are continually learning new words and adding new meanings to the old ones we already know. However, there are some word categories like idioms, collocations, proverbs and fixed expressions which are neglected by language teachers. Idioms, collocations and proverbs are word expressions that have specific meaning (i.e cultural specific) and choice of words. Much of this lexis consists of sequences of words that have a strong tendency to occur together in discourse, including a wide range of expressions such as phrasal verbs, compounds, idioms, and collocations referred to collectively as multiword lexical items, prefabricated units, phraseological units, fixed phrases, formulaic sequences, etc. We find these expressions mostly in native speakers’ language. Among all above mentioned multi - word expressions idioms are more neglected word expressions in language use and learning.

Idiom is “a group of two or more words which are chosen together in order to produce a specific meaning or effect in speech or writing” Sinclair (1991:172). In other words, an idiom is an expression, which is a term or a phrase whose meaning cannot be deduced from the literal definitions and the arrangement of its parts, but refers instead to a figurative meaning.

Idioms are specific to one culture and language and their meaning is peculiar to that language otherwise ,idioms defined as proper language of a people or country, dialect; specific character of a language; expression peculiar to a language (The Oxford Dictionary of English Etymology, 1966). When idioms in one language are translated in to other languages they may lose their actual meaning because many idioms are specific to the culture. Idioms are special mode of expression, use or grouping of words, peculiar to a specific language (The Universal Dictionary of the English Language, 1958).

Idioms are a colourful and fascinating aspect of English; they are commonly used in all types of languages, informal and formal, spoken and written. Learners’ language skills will increase rapidly if learner can understand and use them confidently and correctly. (Cambridge Idioms Dictionary, 2010:vi)

According to Stathi (2006:27), the term ‘idiom’ can refer to two types of fixed expressions. First, in a narrow sense, idioms are ‘expressions whose idiomaticity is semantic’ typical expressions are *kick the bucket*, *spill the beans* etc.

Idioms are connected with the themes of animals, the sea, sports, parts of the body, food and drink, colours, names of people and places, sight, hearing, taste, smell and touch. We use idioms to describe physical appearance, character and personality, work and success, health and illness.



An idiom is an expression that takes on a figurative meaning when certain words are combined which is different from the literal definition of the individual words. For example: 'Don't worry, driving out to your house is a piece of cake.' We would understand that the expression 'piece of cake' means that it's easy. Normally, we obviously wouldn't associate the word 'cake' when it is on its own as anything other than dessert. But in this context, it's a well-known idiom.

1) Many idioms are formed from work and technology, a large number of idioms come from a time when far more people worked on the land, there are many idioms which refer to farm animals, for example, the *black sheep of the family*, *take the bull by the horns*, *don't count your chickens* etc.

2) Some idioms are formed from rural life, transport, for example, *strike while the iron is hot*, *eat like a horse*, *put the cart before the horse* etc.

3) Many idioms came into existence from science and technology, for example, *she has a short fuse*, *we are on the same wave length*, *I need to recharge my batteries* etc.

4) Every year many idioms enter into the English language from the world of sports and entertainment, for example, *dice with death*, *behind the scenes*, *play the second fiddle* etc.

5) Many idioms have entered English from literature and history, for example, *sour grapes*, *the goose that laid the golden eggs*, *the streets are paved with gold* etc.

6) Idioms came from the Bible, Shakespeare's works, for example, *the salt of the earth*, *fall by the way side*, *your pound of flesh*, *ships that pass in the night* etc.

7) There are a large number of idioms in which a part of the body represents particular quality or ability, for example, *use your head*, *the idea never entered my head*, *she broke his heart*, *he opened his heart*, *I speak from the bottom of my heart*, *the news finally reached her ears*, *keep your mouth shut* etc.

8) Many idioms come from feelings and emotions, for example, *give him a black look*, *lose your bearings*, *in seventh heaven*, *in high spirits*, *it was love at first sight*, *come out of your shell*.

Some students develop an immense appetite and enthusiasm for idioms, but often for less useful types of idioms e.g. *a wolf in sheep's clothing*. When this happens teachers should try to channel this enthusiasm into learning idioms that are useful and in deciding what is useful, if it is worth considering whether an idiom can be incorporated into the students' productive vocabulary. For example which of the following would you consider worth teaching productively to a group of intermediate students? (*tip of my tongue*, *sleep like a log*, *fed up*, *it's up to you*, *down in the dumps*, *raining cats and dogs*, *out of the blue*).

There are tens of thousands of idioms used in the English language. As we can probably understand, idioms are difficult for people whose first language is not English.

As a non-native speaker of English, the best way to understand idioms is to memorize their meanings from the standpoint of a native speaker. There is a list of the ten most common idioms in English and their actual meanings.

1. Piece of cake – No, when someone says that the assignment they just finished was a piece of cake, it does not mean that their professor gave them a red velvet cupcake for their midterm paper, what piece of cake actually means is that something is very easy to complete.

2. Costs an arm and a leg – It would be a strange world we lived in if buying that fancy shiny purse literally required us to chop off our body parts to give as tribute to the Louis Vuitton gods. When something costs an arm and a leg it actually means that something is very expensive.

3. Break a leg – Oh, look, another idiom about legs. You're about to have an exam and your friend texts you, "Break a Leg!" Why, you think in your head, would he ever wish that upon me? I thought we were cool with each other. Well, your roommate surely doesn't want your bones to break while walking to your seat in the exam room that's for sure. Break a leg actually means good luck!

4. Hit the books – If you're a student in an English speaking environment you're probably going to be hearing this phrase a lot. Before you imagine students running into their campus library



and punching, kicking and wrestling apart the complete works of Shakespeare, we would just like to say that hit the books actually means to study. There, you can still punch books in your spare time if you want, we won't judge you.

5. Let the cat out of the bag – Why would someone put their cat in a bag? What did the cat ever do to them? Our last idiom actually means to disclose a secret that was supposed to be kept, well, as a secret. The next time someone lets the cat out of the bag do not immediately pick up your phone and call animal cruelty control.

6. Hit the nail on the head – This idiom has to do with doing or saying something that is precisely right. If you don't understand this, just think about that sweet feeling you get when you swing a hammer at a nail and hit it perfectly.

7. When pigs fly – So, have you ever seen a pig fly before? Never? This idiom basically means that something will never happen.

8. You can't judge a book by its cover – How many awesome books do you think you've never read in your life just because the cover did not catch your eye? This idiom does not only apply to books however, but can be used for everything in general. Essentially it means that you should not decide upon something based just on outward appearances.

9. Bite off more than you can chew – Imagine your waiter brings you the biggest juiciest hamburger from your favorite American restaurant. In your hunger, you grab it quickly and take a giant bite out of it. Unfortunately, the bite you've taken is too big, and you end up looking like an idiot trying to shove this bite down your throat while drinking water and trying not to choke. That is the most literal sense of the meaning, but in general it just means to attempt to take on a task that is too much for you to handle.

10. Scratch someone's back – We all know how difficult it is to scratch that itch on your back that your hand just aren't flexible enough to reach, so why would you want to scratch some random person's smelly back? What this idiom means is to help someone out with the assumption that they will return the favour in the future!

Ways to teach idioms

1. Teachers should use idioms that may be easily grouped. As I mentioned above most idioms fall into simple categories. choose 5 to 8 idioms from any category (for example colour idioms). Before presenting the idioms (*out of the blue* - something that happens suddenly and you are not expecting, *green with envy* - being jealous, *to see red* - if someone sees red, they suddenly become very angry or annoyed, *golden opportunity* - an excellent opportunity that is not likely to be repeated, *tickled pink* - really excited about something, *to paint in dark* - to describe something in an unflattering way, to chase rainbows- to achieve something that is not possible or practical, flying colours - to pass successfully an exam)

2. Introduce idioms in context, never in isolation.

Present idiom examples in context, for example, in simple conversations where the meaning of the idiom is clear. To introduce the idiom *to give someone a hard time*, present a conversation like this one:

- Juan: *Hey Sarah, you look sad. What's up?*

- Sarah: *Well, I didn't play very well today during volleyball practice, and my teammates were not very understanding. They said I was clumsy and had to focus more on the game. They said a 5-year old girl played better than me.*

- Juan: *Oh! I'm so sorry they gave you such a hard time.*

Ask students to guess or figure out the meaning of the idiom. Correct as necessary. Ask them to provide other examples of what it means to give someone a hard time. Then, move on to another conversation for another idiom.



3. Students act out their conversation. Students get one or two idioms to work with. They must write a conversation and use this idiom in it. The teacher walks around the classroom to assist students and check for accuracy.

Each pair stands before their classmates and acts out the conversation they wrote. This way they not only practice using the idiom phrases, they hear other examples from classmates, other ways in which these idioms may be included in conversation.

4. Practice with games and activities using worksheets (matching game, gap-filling exercises)

5. Use real life, authentic material - show how some of these idioms are used in the media, in newspaper and magazine articles, and in songs, cartoons, videos, advertisements

6. Teach idioms with pictures - visual techniques. The learner discovers meaning through photos, drawings. For example a set of pictures or a short video could be used as a means of presenting idioms.

Another purpose for idioms and idiomatic speech relates to bonding and forming communities with people. Idioms tend to be informal, social language, and their use "warms up" a social situation, helping you bond with other people as "like" yourself. A person unable to use the idioms feels - and sometimes is - excluded from the bond .

Unless you understand idioms and how to use them in the correct context, you cannot become fully proficient and sometimes you may even feel *all at sea*– unable to understand what is going on. Therefore, learning collocations and idioms can be considered as an integral part of vocabulary learning and it is essential to include them in the textbooks .

Bibliography

- McCarthy, M., & O'Dell Felicity. (2008). *English Idioms in Use*. Cambridge: Cambridge University Press.
- McCarthy, M. (2010). *Cambridge Idioms Dictionary* .(2nd ed.), Cambridge: Cambridge University Press
- Bennett, T.I. A” *Translating colour collocations*”, vol 26, no 3, 1981, p.272-281
- Schmitt, Norbert. (2000). *Vocabulary in Language Teaching*. Cambridge:CUP.

1.13. DEZVOLTAREA IMAGINAȚIEI ELEVILOR PRIN UTILIZAREA TEMELOR INTERDISCIPLINARE ÎN ORELE DE EDUCAȚIE MUZICALĂ

Prof. Caliniuc Adriana
Școala Gimnazială “Miron Costin”
Suceava, România

MOTTO:

“Cel mai puternic argument pentru interdisciplinaritate este chiar faptul că viața nu este împărțită pe discipline.” (J.Moffet)

Abstract

“The strongest argument for interdisciplinarity is that life is not divided into disciplines.” (J. Moffet)

I want to approach this theme because the discipline of musical education goes far beyond say that music paths are actually a titanic work, because the territories of culture, of creation and of musical inspiration can be achieved only through hard work.

Through music, the teachers help students to travel everywhere and nothing compares to the joy that teaching an hour in the classroom; the teacher constantly has many school and extracurricular activities. So we can we feel in the students' eyes and heart while listening to good quality music or when interpreting a song completely dedicated.

Music impresses children from infancy. It awakens pleasant emotions in our soul; it gradually develops artistic sensitivity and receptivity; it contributes to the development of our memory, musical thinking, feeling and artistic taste.

Teaching music in modern school requires a good training of the teachers, requires the capability to make correlation and analogies with multiple areas of life in which the music finds its source of inspiration.

Music understood as an artistic phenomenon but also as a theory, it has a strong interdisciplinary side, being connected with all of the other arts, especially literature, poetry, foreign languages, arts, history, and also with different sciences: mathematics, physics, anatomy.

An interdisciplinary approach begins to ignore the strict limits of the subjects, searching for common themes in order to lead to the achievement learning objectives .

Muzica impresionează copiii de la cea mai fragedă vârstă. Ea le trezește în suflet stări emoționale plăcute și puternice, le dezvoltă treptat sensibilitatea și receptivitatea artistică contribuind la crearea premiselor necesare dezvoltării reprezentărilor muzicale, a memoriei și a gândirii muzicale, a sentimentelor estetice, a simțului și gustului artistic.

Predarea muzicii în școala modernă cere din partea profesorilor o pregătire temeinică, necesită capacități ce permit realizarea analogiilor și a corelării cu multiplele domenii ale vieții în care muzica își găsește izvorul de inspirație.

Se știe că artele au o pondere mare în dinamizarea vieții copilului, în eliberarea lui de complexe și izolare, în declanșarea creativității, imaginației, sensibilității, în dezvoltarea proceselor psihice și fizice necesare pentru diverse tipuri de activități.

Muzica înțeasă ca fenomen artistic dar și ca teorie, are un pronunțat caracter interdisciplinar, intersectându-se cu celelalte arte, mai ales cu literatura, cu limbile străine, cu artele plastice, cu istoria, cu estetica, dar și cu diferite științe: fizica, matematica, anatomia.

În abordarea interdisciplinară încep să fie ignorate limitele stricte ale disciplinelor, căutându-se teme comune diferitelor obiecte de studiu, care pot duce la realizarea obiectivelor de învățare de grad mai înalt. Printre acestea se numără și capacitățile metacognitive, cum ar fi **luarea de decizii, rezolvarea de probleme, însușirea metodelor și tehnicilor de învățare eficientă etc.**

Interdisciplinaritatea, în plan muzical, realizează o coordonare la nivel superior a două sau mai multor domenii prin care se poate ajunge la un conținut comun, cum ar fi *literatura muzicală*. Astfel se ajunge la:

- crearea unui gen de muzică, **cântecul**, apărut din simbioza muzicii cu literatura. Valoarea estetică și educativă a cântecului asigură dezvoltarea gustului și simțului artistic, dezvoltă dragostea pentru muzică și contribuie la integrarea acestei arte în viața tineretului.
- apariția unei arte, cum e **coregrafia**, rezultată din sincronismul muzică – dans;
- genul de **operă și operetă**, unde și-au dat mâna toate artele: muzica, literatura, coregrafia, artele plastice etc. (G. Verdi- *Traviata*, ș. a., J. Offenbach- *Can- Can*, ș.a.).

Relații de interdisciplinaritate se pot stabili și între domeniul muzicii culte și cel al folclorului muzical, între muzică și artele plastice, unde pictura materializează o sensibilitate, un mesaj muzical prin forme și mijloace de expresivitate proprii artelor plastice (M. Musorgski – *Tablouri dintr-o expoziției*, ș.a.).

Relația dintre **muzică și poezie**, a dat naștere multor genuri de muzică care au la bază opere literare (*Codrule, codruțule* – muzică: D. G. Kiriac, versuri: M. Eminescu; *A ruginit frunza în vii* – muzică: D. G. Kiriac, versuri: A. Stavri, ș. a.), iar între muzică și dans, baletul constituind apogeul sincretismului dintre aceste două arte (P. I. Ceaikovski- *Lacul Lebedelor*; M. Jora – *La piață, Curtea veche*).

Pluridisciplinaritatea (multidisciplinaritatea) se referă la situația în care o temă aparținând unui anumit domeniu este supusă analizei din perspectiva mai multor discipline, acestea din urmă menținându-și nealterată structura și rămânând independente unele în raport cu celelalte. Obiectele de studiu contribuie, fiecare în funcție de propriul specific, la clarificarea temei investigate. La acest nivel vorbim de o **corelare** a demersurilor mai multor discipline în vederea clarificării unei probleme din mai multe unghiuri de vedere.

Pluridisciplinaritatea, presupune discipline bine constituite care cooperează la același nivel de ierarhie. Astfel, se realizează relațiile:

- muzică – fizică, când se va vorbi despre proprietățile sunetului și efectele lui asupra psihicului și fizicului uman (J. Strauss – *Odiseea spațială*);

Muzica stelelor este auzită doar de cei ce știu să contemple misterul nopții. (Andreea Trifu)

- muzică – natură, când muzica comportă un caracter descriptiv, trezind asociații cu natura și din viața cotidiană (A. Vivaldi – *Anotimpurile*);
- muzică – filozofie, atunci când muzica relevă orizonturi și viziuni filozofice (muzica lui J. S. Bach, Șostakovici, G. Enescu);
- muzică – arhitectură, atunci când se dezvoltă ideea despre formă și structură, simetrie și echilibru (M. Ravel – *Bolero*).

Multidisciplinaritatea, constă în legăturile dintre disciplinile înrudite ce pun în valoare aspecte comune în cadrul *ariei curriculare* (muzică – desen; limba română – limbile străine; matematică – fizică; biologie – chimie), iar aplicarea acestor legături se poate face în cadrul orelor.

Transdisciplinaritatea, conform conținutului modernizat al educației muzicale, înseamnă o *plimbare* prin arte și științe pe orizontală și pe verticală, pentru realizarea unor obiective și a unui ideal educativ comun. Aceasta poate fi practică de către profesorii pregătiți într-o perspectivă

pluridisciplinară, cu o experiență pedagogică bogată, care posedă mai multe specialități, au o viziune amplă și profundă asupra problemelor pedagogice, artistice, culturale, sociale (punerea în scenă a unui spectacol de muzical – ex. muzical-ul *Sunetul muzicii*; crearea unui spectacol/ concert la nivel județean/ interjudețean/ național/ internațional).

Transdisciplinaritatea , o treaptă superioară în activitatea științifico- pedagogică, *este de același rang cu conceptul de filozofie în știință*. În plan muzical, pedagogia ar fi o *filozofie a pedagogiei artistice*.

Muzica este o revelație mai mare decât toată înțelepciunea și filozofia. Ea trebuie să aducă foc în inimile bărbaților și lacrimi în ochii doamnelor.

Ludwig van Beethoven

Bibliografie:

1. Elena Joița – *Pedagogie și elemente de psihologie școlară*, Editura Arves, 2003.
2. Gabriela Munteanu – *Didactica educației muzicale*, Editura România de Mâine, 2007.
3. Ștefan Anghi - *Prelegeri de estetică muzicală*- Editura Universității din Oradea, 2004.

1.14. ECO ART – COMUNICARE TRANSFORMATĂ ÎN ARTĂ

prof. Alina Delia Ciobică
prof. Alina Halac
elev Andreescu Andrei
Colegiul Economic “Dimitrie Cantemir”
Suceava, România

Abstract

Taking a step on a corridor covered in shadows, the spooky surrounding of inadequate lighting of heart, brings a special flavor of the unreal and starts to bring more than warmth to the ancient feeling of courage... which, drop by drop, defines the sharpness of the bloodstream, the intensity of a look and flexibility of cells... willing to capture fragments of light... whether it is broken, reflected, overlooked light... that only a special eye could feel attracted to... the only kind of eye that would distinguish colors ... among shadows... the eye of art...

Theatrical interpretations regarding ambiguity and feelings without definition are a crepuscular production of the heart, that is willingly put on stage... a stage, a moment, a foggy idea that makes a statement in the face of art and a statement inside each and every spectator's soul...

A group of students, chaotically running on the stage are brought to a halt by the demand of the Dreamer, whom, through his actions, is in the centre of attention and looked at as if in need of a psychologist. The feeling of being strange gets stronger around the Dreamer when he asks the others as to why they are rushing and running after nothing. The Pragmatic, the Girl and the Referee exchange arguments with him, in the quest of convincing him that his philosophy of life is utterly wrong and that not being surrounded by material things and not having financial power makes him

unworthy of a place of belonging in the society and a dismal image of "normality". During the dialogue, the Madman continuously mutters around them, feeling oblivious to their dialogue while watching the Angel of Light and the Angel of Darkness.

The list of unusual characters is joined by the Acrobat, whose philosophy of life, expressed through movements and acrobatic jumps is, again, proposed as being psychologically problematic.

The Dreamer brings depth and spiritual detail to the conversation, as a result leaving the Girl in deep thought regarding the importance of priorities in life and the Pragmatic being stubborn in his choice of being represented by material things.

The scene is ended when the Madman says that the masks should fall, showing the true face of all the characters, the White Angel obliges, taking the Acrobat's mask off while the Black Angel kneels defeated.

The foggy, undefined idea becomes more than a script, more than a story... it becomes an emphatic win over the shadows...it simply becomes light... like the sunrise... ray by ray starts surrounding the atmosphere... setting the scene for more than a theatrical act... but for a lovely summer day... created by a group of great students.

Argument

Într-o lume pe a cărei scenă se perindă diverse personaje, se desfășoară focuri de artificii mai mult sau mai puțin evidente iar în spatele cortinei e o umbră grea, încărcată de singurătate, fiecare om este actor și spectator.

Teatrul e un fenomen unic. El urmărește, în primul rând, să scoată spectatorul din realitatea în care există și să-l transpună pe scenă și, în al doilea rând, să-l facă să trăiască într-un subconștient emotiv, emoții pe care nu credea că le are, emoții ce se desfășoară în interiorul fiecărui spectator într-un mod unic, permanent evoluat de către dorința de transpunere în esența acțiunii, a personalităților de pe scenă și a mesajului ce aduce întregul moment într-un cadru conceptual menit să rămână adânc implementat în subconștientul celui ce a binevoit a-și culturaliza și șlefui "flirtul" cu atmosfera emoțională dată de un gând, de o idee...

Proiectul de față vizează latura creativă a educației și, totodată, colaborarea eficientă profesor-elev.

Scopul activității

Educarea elevilor prin teatru și implicarea în actul creator

Obiective

- dezvoltarea armonioasă a personalității elevilor prin inteligența emoțională și acceptarea de sine;
- dezvoltarea capacității de exprimare și a comunicării interpersonale;
- cultivarea limbajului și a vocabularului specific actului de creație;
- dobândirea unor tehnici specifice artei teatrale.

Grup țintă: elevii Colegiului Economic "Dimitrie Cantemir" Suceava

Activitatea s-a desfășurat în trei etape:

- selectarea temei în urma unui brainstorming cu privire la preocupările oamenilor din societatea contemporană;
- alegerea personajelor;
- munca în echipă – crearea „subiectului”, scrierea replicilor, crearea decorului.

Piesa creată ilustrează perfect trăsăturile teatrului modern, care de-construiește nu numai subiectul, drama, ci și structurile logice și convențiile dramaturgiei clasice. Dacă în teatrul clasic spațiul scenic e construit după modelul "cutiei deschise", în teatrul modern spațiul scenic apelează la simboluri (labirintul, matrice a existenței în lumea modernă, spațiul închis / deschis, artificial / natural, etc), multiplicarea planurilor spațiale, "invadarea" spațiului spectatorului, tentative de

fuzionare a categoriilor realității. Reperete temporale se multiplică: timp obiectiv, perceput ca trecere ireversibilă; timp subiectiv reversibil; timp perceput ca încremenire în prezent, ca suită de “acum”, ca timp biologic sau ca durată interioară, ca timp imaginar/ mitic; timpul ca personaj invizibil. În teatrul classic, timpul este precizat sau sugerat prin cronologia evenimentelor, durata acțiunii dramatice fiind lineară. În teatrul modern, conflictul se interiorizează, devine abstract, își pierde forța de a declanșa evenimente; are la bază opoziția dintre *eu* și *sine*, dintre individ și destin / existență, dintre individ și societate, în timp ce în teatrul clasic conflictul e construit pe opoziția dintre două personaje, caractere, arhetipuri comice sau tragice. Eroii moderni nu mai reprezintă individualități, ci valori, atitudini supraindividuale. Personajul nu mai este un caracter, ci un ins cu identitate vagă, aflat în cautarea sinelui, ins amorf, nonerou, “om sucit”, bufon sau nebun. Identitatea scenică e conferită prin limbaj și prin comportament, prin nominalizare de serie sau prin absența numelui, prin raportare la propria existență. Limbajul e modalitatea esențială de certificare a existenței, a luptei împotriva limitelor existențiale; alegorizare, simbolizare, mitizare/ demitizare, parodiare, scindare “în voci”, etc.

Aducerea unei idei, trăiri sau emoții la suprafața percepției subconștientului spectatorului prin intermediul elevilor dornici să “îmbrățișeze” caractere și tipologii umane, creează o legătură între idee și exprimarea acesteia, ca element motivațional, astfel încât, o idee a cărei geneză s-a conturat în interiorul unei corzi emoționale a unui suflet, este ridicată pe aripile imaginației actorilor și a auditoriului, transformând astfel acea vibrație a unei corzi într-o trăire marcată de sinestezie, purtătoare de emoție și intensitate, ce dorește să câștige un loc în playlistul fiecărui ascultător și un loc de onoare ca tablou de nuanțe sufletești pe peretele spiritual al fiecăruia dintre noi.

Regizorul Alexander Hausvater, într-unul din interviurile acordate, preciza că “teatrul este un laborator al conduitei umane în care se combină ori decantează elementele unei societăți, ale unei națiuni, unei țări. Dacă un spectacol modern nu conține toate stilurile astea și impresia creată este că s-a asistat doar la un spectacol tragic ori comic atunci acel spectacol este unul prost. Shakespeare nu a putut să scrie tragedie fără să mixeze cu comedie. Nu există moment mai tragic decât momentul comic. (...) Teatrul este întâlnirea contradicțiilor și a contrastelor. Teatrul modern deschis către un nou public, care comunică, care voiajează, trebuie să fie un teatru care reflectă realitatea obiectivă, dar care reflectă o realitate pe care publicul nu a trăit-o, ar fi putut-o trăi, dar nu a trăit-o direct. Și îl introduci în locul în care nu a fost, ar fi putut să fie, dar nu a fost.”

Rezultatul activității

PERSONAJE :

Visătorul (crede în valori autentice, în frumusețe, în bunătate, în adevăr)

Pragmaticul (crede doar în elemente concrete, în valoarea bunurilor materiale)

Fata în trend (preocupată doar de imaginea în societate)

Arbitrul (încearcă să stabilească în ce parte înclina balanța – valori – nonvalori)

Acrobatul (trece prin viață purtând o mască ce-i ascunde adevăratul suflet, făcând diverse salturi, unele mai riscante decât altele)

Nebunul (înțelege tot ceea ce se întâmplă, însă preferă să se izoleze de tot ce e în jur; e singurul care observă îngerii)

Îngerul alb

Îngerul negru

(Un grup de elevi aleargă haotic pe scenă)

- NEBUNUL: (vorbind mai mult pentru sine) Ce-o fi cu ăștia?
- VISĂTORUL : Stop!

(Toți se uită mirați, ca și cum cel care vorbește e nebun....)

- ARBITRUL : Ce?

- VISĂTORUL: Stop!

(Cei doi îngeri arată prin dans că încearcă să influențeze părerile personajelor pe tot parcursul discuțiilor. Îngerul negru așază o masca pe fața acrobatului, atunci când acesta intră în scenă)

- FATA: Ce-i cu ăsta?
- NEBUNUL: Bun...bun
- PRAGMATICUL: Cine e?
- FATA: Hai să-l ducem la psiholog!
- PRAGMATICUL: La psihiatru!
- NEBUNUL: Nu....nu (*speriat*)
- VISĂTORUL: Unde fugiți așa? (*Nimeni nu știe să răspundă*) După ce fugiți? Vă învârtiți în cerc! Alergați după umbre!
- NEBUNUL: Umbră...umbră
- FATA: Umbra ești tu!
- VISĂTORUL: Voi nu vedeți că pierdeți vremea alergând după.....NIMIC?
- ARBITRUL: Iar tu? De ce te agiți ca sprayul gol?
- ACROBATUL: Trec mai ușor prin viață. Mă mișc în ritmul bătăilor inimii mele....
- PRAGMATICUL: Mda.....siiiigur. (*Apoi, adresându-se visătorului*) Eu sunt realizat! Am făcut o casă mare, am mașină, câștig bine la serviciu.....cum poți tu să zici că alerg după nimic? Ce ai tu din toate astea?
- VISĂTORUL : Eu nu am nevoie de toate astea
- ARBITRUL: Ce? Serios.....Și trăiești să prinzi cărăbuși?
- FATA: Visătorul.....o să cadă.....
- VISĂTORUL: Eu prefer să am mai puțin dar să mă bucur mai mult....
- NEBUNUL: Știe.....vede....
- ARBITRUL: Să te bucuri de ce?
- PRAGMATICUL: Ai casă?
- FATA: Stă cu chirie!
- PRAGMATICUL: Și nu vrei și tu o casă cu multe camere?
- VISĂTORUL: Nu
- ARBITRUL: E nebun
- FATA: Si cu ce mergi în concediu?
- VISĂTORUL: Cu trenul! Așa pot admira peisajul pe parcursul călătoriei....
- ARBITRUL: Știi că nu ești normal!
- VISĂTORUL: De ce-aș vrea să fiu? De ce-aș vrea să alerg după măști frumos colorate, după focuri de artificii care se risipesc odată cu lăsarea întunericului?
- NEBUNUL: Focuri de artificii.....
- PRAGMATICUL: Du-te măi de-aici cu toți cărăbușii tăi
- VISĂTORUL : Dar tu nu ai alergat niciodată după cărăbuși ?
- ARBITRUL: Cum așa?
- VISĂTORUL: Nu, ai alergat numai după gândăcei de Mai...
- PRAGMATICUL: Dacă ai vedea câți bani am.....
- FATA: Deci cărăbușul tău e milionar?
- PRAGMATICUL: Și ce mașina luxoasă am....
- VISĂTORUL: Văd că numai nu înțelegi....
- ARBITRUL: Ce?
- ACROBATUL: Alerg.....prin viață... Așa e jocul....Stai...urci...cobori...Viața e o acrobație, o cursă cu obstacole, un spectacol cu măști...Un carnaval de lumini și umbre...Clipe și amintiri...

(toți se uită la el de parcă ar avea probleme psihice. Nebunul arată prin gesturi că vede în spatele măștii)

- VISĂTORUL: Un cărăbuș își deschide aripile și zboară....
- FATA: Cred că la asta te gândești de fiecare dată când îți iei bilet de tren
- VISĂTORUL: Tot nu înțelegi....
- PRAGMATICUL: Am absolut tot ce și-ar putea dori vreodată cineva!
- NEBUNUL: Crezi tu...
- VISĂTORUL: Exact....însă...ai ceea ce îți dorești tu?
- PRAGMATICUL: Cum adică?
- VISĂTORUL: Focuri de artificii ce se pierd în noapte.....roiuri de gândăcei și scarabei....pete de buburuză pe un gând adormit....ce visează....
- FATA: Tu chiar ai numai licurici în cap.....
- ARBITRUL: Măcar în capul meu este lumină.....alergi prin univers....în beznă....dacă ai înțelege....un cărăbuș....
- FATA: Mai întâi...mi-am pus întrebarea dacă te afli și tu într-o burtă de pește...apoi m-am întrebat dacă vei da foc unei aripi a vreunei gânșanii să îmi faci și mie o demonstrație....de insectar...
- VISĂTORUL: Nu a fost niciodată o insectă....
- NEBUNUL: Lumină....
- ARBITRUL: Și atunci ce este? Un ideal de dus la coafor și de pictat în culori frumoase? Un gând frumos parfumat și stilat.....măi...măi... tu! Cărăbușului tău i-ar fi prins bine niște antene în coc...
- FATA: Breton....
- ARBITRUL: Ce?
- VISĂTORUL: Nimic....lasă...
- PRAGMATICUL: Cum poți să fii fericit dacă nu ai mai nimic?
- VISĂTORUL: Plouă....cu nuanțe...plouă cu suflute...plouă și iar plouă.....
- ARBITRUL: Mă întristează melancolia ta poetică...
- VISĂTORUL: Pierde urma gândăceilor...simte o adiere...tremură după memoria unei atingeri....sparge singurătatea sufletului și schimbă-i nuanța....simte-i bătaia aripilor...

(Nebunul arată spre îngerul alb...care valsează amețitor prin scenă)

- PRAGMATICUL: Nu simt nimic....
- VISĂTORUL: Înveți să simți când ceea ce e important pentru tine ți se prezintă...înveți a înțelege... înveți a exista... înveți a trăi....te redefinești....
- ACROBATUL: Cum îți găsești cărăbușul?
- VISĂTORUL: Mă uit spre răsărit....
- FATA: Hm...Oare ce îmi doresc pentru mine?
- VISĂTORUL: Să nu mai traiești singur, neînțeles.... să ai un sprijin....să poți să simți...Nimic efemer de pe această lume nu a întreținut zborul unui cărăbuș...
- PRAGMATICUL: Numai tu vei ști asta....eu cred că voi vrea doar să continui să fiu *cineva*....
- ARBITRUL: ...de parcă asta ar fi important....Tot ce contează e să îți întinzi aripileși să zbori

(în scenă rămân cei doi îngeri, nebunul și acrobatul. Ceilalți ies, alergând după visul lor)

NEBUNUL: Poate a venit...în sfârșit...vremea să cadă măștile, să ne arătăm adevărata față, adevăratul suflet, să vedem esența vieții...să ne eliberăm de aparențe frumos pictate...

(Îngerul alb îi scoate masca acrobatului și i se vede, în sfârși, chipul senin. Cei trei ies din scenă. Rămâne îngerul negru care, în pași de balet, cade îngenunchat)

Ca parte a realității, învăluirea umbrelor și sentimentul dezolant al plutirii în derivă pe valurile infinite ale universului, trezesc la viață un sentiment de déjà vu...Însă, fie că ne aflăm pierduți în vis, aspiranți la o prezență angelică, fie că suntem acrobați printre emoții și trăiri, un gând încâlzește cu raze spirituale un suflet lipsit de busolă...Nu au existat niciodată umbre...fără prezența luminii...În zările amurgului, veșnic se vor contura....aripi de cărăbuș

Bibliografie : www.agerpress.ro/cultura/ Interviu cu regizorul Alexander Hausvater
www.academia.edu/ Limbaje scenice în teatrul clasic și în teatrul modern

1.15. METHODES D'ENSEIGNEMENT/APPRENTISSAGE DE L'ADJECTIF QUALIFICATIF

Prof. Ciornei Daniela
École Buda-Zvoriștea
Suceava, România

Abstract

The article entitled: "Methods of teaching/studying of the qualifying adjective" refers to two of the methods which have led to the current tendencies in the practice of the French language: the communicative method and the action-oriented approach.

The communicative method appeared in France in the mid 1970's. It is based on three competencies: the semiotic competence, the referential competence and the textual-discourse competence.

People who are pleased with the concept of communication consider that efficient communication implies an adaptation of the linguistic forms to the situation of the communication and the intention of communication.

In the mid 1990's a new teaching called action-oriented teaching started to shape up, based on tasks of learning

In order to complete tasks, the student uses competencies and practices strategies. By fulfilling the tasks the student develops more than linguistic competencies by developing the general, individual ones.

In the action-oriented approach, the activities that take place in the classroom are tied by the social activities which students can overcome in society. The student is active, overcoming the linguistic obstacles, affective, social and pragmatic and it acts in collaboration with the others. The teacher acts as a mediator, counselor, prompter, tutor. He determines the students to act, to react and interact.

The article contains, as well, an example of didactic flow, activities, tasks and didactic games that allow for a better understanding and a clean, correct way of learning of the qualifying adjective.

The inductive approach of grammar, starting from a body of phrases which the students need to observe and analyze with the purpose of deducing and controlling the rules and their consequences, contribute to the rational development of the linguistic competence and the development of oral expression through dialog.

The grammar concept requires intellectual capacities such as: analysis, thinking, synthesis, deduction. The students manage to produce a linguistic speech by themselves.

The concept can be based on authentic documents. So, the student will acknowledge the importance of communication and will observe the functioning of the language.

The proposal of the exercises, activities and tasks allow the students to use the grammar structures orally and in writing, allow them to use creative capacities, putting into practice competences of communication in French:

- *Express a positive opinion or negative one, regarding:*

-a trip to Italy;

-a sunset at the seaside;

-a trip on Sena;

-a rainy season;

-the pollution of the environment;

-a picnic with friends.

- *Look up on the internet a catalog or a weekly magazine on fashion. Print some articles or advertising notes that contain qualifying adjectives, underline those adjectives and explain their role.*

The didactic games are more motivational than exercises and offer the students the possibility of managing different situations using their creativeness to solve problems imposed by the game

The teacher needs to opt for methods that favour progressive studying of grammar, active implication and creative one for students in the process of learning, creating habits of oral and written expression, assuring the progress in studying the French language and managing the system of the language.

La méthode communicative est apparue en France au milieu des années 1970. Cette période coïncide avec les recherches des philosophes anglais tels Austin et Searle qui sont les fondateurs de la théorie des actes de langage et qui voient dans le langage non seulement un moyen de communication, mais aussi un moyen d'agir sur l'interlocuteur. Dans ce contexte la compétence de communication repose sur cinq composantes/compétences:

- *la composante sémiolinguistique* qui intègre des savoirs et des savoir-faire, des représentations concernant la langue (images, attitudes), mais aussi la gestualité, la mimique, la graphie, la ponctuation.
- *la composante référentielle* « qui concerne les savoirs, les savoir-faire et les représentations de l'univers auquel renvoie la langue »;
- *la compétence discursive-textuelle* qui vise la maîtrise des fonctionnements textuelles et de mise en discours.

L'apprentissage par induction des règles de grammaire permet aux apprenants de produire eux-mêmes des énoncés. Les apprenants doivent observer, analyser les phénomènes linguistiques présentés dans un contexte. La grammaire est saisie en situation. Dans ce cas on peut identifier dans les actes de langage des points grammaticaux à faire travailler.

Les tenants de l'approche communicative affirment qu'une communication efficace implique une adaptation des formes linguistiques à la situation de communication et à l'intention de communication.

L'approche communicative de la langue étrangère les dernières années a déterminé le choix des méthodes qui visent le développement de la compétence de communication orale et écrite. Enseigner le français consiste à apprendre aux élèves à communiquer en français.

Au milieu des années '90 on peut parler d'une nouvelle approche pédagogique appelée « **approche actionnelle** » basée sur « **tâches** ».

Elle « considère avant tout l'utilisateur et l'apprenant d'une langue comme **des acteurs sociaux** ayant à **accomplir des tâches (qui ne sont pas seulement langagières)** dans des circonstances et un environnement donné ».

Pour réaliser des tâches, l'élève mobilise des compétences et met en œuvre des stratégies. Par l'accomplissement des tâches l'élève développe non seulement les compétences langagières, mais aussi les compétences générales individuelles. Une tâche ne spécifie pas la structure linguistique que l'apprenant doit utiliser. Pour la réalisation de celle-ci, il faut qu'il mobilise les connaissances et savoir-faire qui sont à sa disposition au moment donné. La tâche est contextualisée, elle propose un problème à résoudre qui est non seulement linguistique mais aussi extralinguistique.

Dans *l'approche actionnelle*, les **activités de classe** sont liées aux **activités sociales** que les apprenants peuvent accomplir en société. L'apprenant est actif, responsable, il surmonte les obstacles langagiers, affectifs, sociaux et pragmatiques, il agit en collaboration avec les autres. L'enseignant est médiateur, conseiller, metteur en scène, animateur, accompagnateur. Il fait les élèves agir, réagir et interagir.

Dans mes classes de français j'opte pour une approche communicative de la grammaire. Dans cette approche la grammaire est traitée comme subordonnée à la communication qui suppose une adaptation des formes linguistiques à la situation de communication et à l'intention de communication.

Le procédé que j'utilise dans la démarche d'enseignement de la grammaire est l'induction. Je choisis un texte ou un court dialogue qui reflète le phénomène grammatical à enseigner, dans notre cas l'adjectif qualificatif. Le texte comprend des mots connus par les élèves parce que je dois tenir compte de leur capacité. L'enseignant peut proposer un travail par groupes. Par un jeu de questions – réponses les élèves sont stimulés à découvrir eux-mêmes la règle. Après l'observation et la perception du fait grammatical, les élèves sont incités à formuler eux-mêmes la règle, à l'aide de l'enseignant. Ils comparent leurs énoncés à ceux des autres équipes.

La conceptualisation grammaticale sollicite des capacités intellectuelles telles l'analyse, la réflexion, la synthèse, la déduction. Les élèves arrivent à produire eux-mêmes un discours métalinguistique. La conceptualisation du fait de langue peut aussi se reposer sur des documents authentiques. Les élèves constateront ainsi l'importance sur le plan communicationnel et verront le fonctionnement de la langue.

La démarche d'apprentissage comprendra des consignes pertinentes: *Relevez les mots qui décrivent le personnage; Repérez les différentes formes de l'adjectif qualificatif.* Après une discussion sur les formulations proposées, à l'aide du professeur, la classe rédige la règle découverte.

Ayant fixé les traits définitoires de l'UMS, les élèves sont sollicités à formuler d'autres exemples à partir de la règle.

Par l'induction l'élève accède à une grammaire réflexive en découvrant les phénomènes linguistiques et les relations que ceux-ci établissent entre eux. Pour mieux comprendre les unités morphosyntaxiques j'explique les différences et les similitudes entre le roumain et le français. Les étapes qui suivent dans la démarche sont la systématisation des connaissances à l'aide des exercices individuels ou collectifs: *exercices structuraux: de répétition, de transformation, de substitution, exercices questions-réponses; exercices lacunaires, exercices de reconstitution, de reformulation, d'expansion.* La dernière étape est la fixation de l'UMS dans la communication. Je propose des activités comme *jeu de rôle, simulation, activité de résolution de problèmes et des tâches* qui permettent aux apprenants le réemploi de structures à l'oral et en contexte, l'utilisation des capacités créatives, mettant en œuvre la compétence de communication en français.

Dans ce qui suit, je donnerai quelques exemples *d'activités, tâches*, que j'utilise dans mes classes de français pour enseigner l'adjectif qualificatif :



- **Activités**

- Compare tes copains en employant les adjectifs: intelligent, beau, sympathique, grand, maigre, petit, sensible, extravagant, naïf, gai, aimable, adroit, égoïste, intelligent, méchant, instruit, maladroit.
 - Daniel veut occuper un poste d'agent d'affaires. Il décrit ses qualités. Imagine la discussion avec l'employeur.
 - Demande l'avis de ton copain sur une émission, un film, un sportif, un chanteur préférés.
 - Tu es journaliste. Après le match de football France-Roumanie, tu compares les deux équipes, avec leurs forces et leurs faiblesses. Utilise des adjectifs aux différents degrés de comparaison.
 - Tu parles au téléphone avec une personne que tu dois rencontrer dans deux jours. Donnez-vous des indications afin de vous reconnaître.
 - Devant un magasin un vendeur veut convaincre les passants d'acheter un produit-miracle. Imaginez la conversation. Utilisez des adjectifs au superlatif.
 - Tu es en France chez des amis. Vous passez une journée à Disneyland. Tu admires le spectacle. Imagine le dialogue. Exprime tes sentiments.
 - Vous vous êtes senti très appréciés ou exclus d'un groupe. Racontez cet épisode, en insistant sur vos sentiments.
 - Aimes-tu contempler la nature en automne? Quels sont les sentiments que tu éprouves?
 - Décris un personnage d'un roman ou d'un film préféré.
 - Exprime ton opinion sur le dernier film que tu as vu.
 - Indiquez deux sentiments que vous pourriez éprouver dans les cas suivants:
Vous fêtez votre anniversaire. Vos amis vous apportent des cadeaux.
Vous êtes seuls dans une forêt.
Vous êtes dans une salle d'examen.
Vous avez gagné la médaille d'or au concours de ski.
 - Regardez ces images publicitaires. Expliquez quels sentiments elles suscitent en vous.
 - Regardez le reportage sur le portable. Quels sont les sentiments que vous éprouvez en regardant ce reportage? Exprimez vos opinions concernant l'utilisation du portable. Vous êtes pour ou contre le portable? Le progrès technique est-il toujours bénéfique ?
 - Décrivez ces paysages en les comparant l'un à l'autre.
 - Exprimez un jugement positif ou négatif sur:
 - un voyage en Italie;
 - le coucher du soleil au bord de la mer;
 - une promenade en bateau mouche sur la Seine;
 - une saison pluvieuse;
 - la pollution d'un milieu naturel;
 - un pique-nique avec les amis.
 - Tu travailles à une agence de tourisme. Imagine une conversation avec un touriste français qui veut visiter la région de Bucovina. Présente-lui cette région.
 - Organisez un débat sur les avantages et les limites de l'internet. Exprimez vos opinions favorables ou défavorables.
- **Tâches**
 - Un élève doit cacher un objet mystérieux dans son sac à dos. Les autres doivent poser des questions pour deviner de quel objet il s'agit (Est-il pointu? Il sert à écrire?). Les réponses seront oui ou non. L'élève qui a deviné doit cacher à son tour un autre objet.



▪ Essayez de faire le portrait physique et moral de votre meilleur(e) ami (e) dans un petit texte de 10 à 12 lignes.

- Imagine la chambre de tes rêves. Décris-là.
- Faites en petits groupes la liste de vos préférences. Justifiez votre choix.
- Lisez les trois textes. Classez les mots utilisés pour la description en trois colonnes:

traits physiques, traits de caractère, passions:

Nicolas est intéressant, n'est-ce pas? Il est jeune, blond et assez ouvert. Il semble spontané et plutôt honnête. Il aime la musique rock.

Alice est jolie, intelligente et souriante. Elle a les cheveux bruns et les yeux noirs. Elle est de taille moyenne et mince. Elle adore les randonnées et la danse.

Stéphanie a les cheveux longs et blonds. Elle est grande, maigre. Elle a le visage rond, le teint pâle et le nez mince. Elle est un peu timide. Elle parle peu. Elle est toujours calme. Elle aime le sport et la musique.

▪ Faites un dossier « Ma famille ». Mettez-y des photos avec les membres de votre famille et décrivez-les.

▪ Imite les situations suivantes. Tes collègues doivent deviner les sentiments que tu éprouves:

- Tu as gagné la médaille d'or au concours de natation.
- Quelqu'un frappe à la porte. C'est un voleur.
- Tu visites un musée d'histoire. Tu y vois des pièces très rares.
- Tu assistes à un match de foot. Ton équipe favorite marque un point.

- Rédige une petite annonce pour un objet que tu as perdu.
- Décris un personnage d'un roman que tu trouves « bizarre ».
- Activité par groupes. Créez un slogan publicitaire qui vante les avantages d'un certain produit.

produit.

▪ Dessinez une chambre. Chaque groupe doit faire la description des objets de la chambre.

- Réalisez une présentation PPT avec les excursions que vous avez faites l'année passée.

Exprimez votre avis sur les présentations.

▪ Réalisez un dossier sur l'adjectif qualificatif et les actes de langage suivants: décrire une, personne, décrire un objet, exprimer des sentiments, exprimer l'opinion sur des activités/des objets/des personnes.

▪ Faites en petits groupes la liste des loisirs préférés. Exprimez vos opinions sur les loisirs de vos collègues.

▪ Faites un dossier « Villes de France ». Mettez-y des cartes illustrées. Utilisez des adjectifs qualificatifs pour décrire chaque ville.

- Rédige la fiche technique de ta fleur ou ton arbre préféré.
- Créez un slogan pour sensibiliser les gens en ce qui concerne *La violence à l'école*.

Employez des adjectifs qualificatifs. Illustrez ce slogan par un dessin ou un collage.

- Réalisez un sondage d'opinion sur la vie scolaire.
- Écrivez une lettre à un ami étranger. Présentez-vous, votre famille et votre pays.

▪ Choisissez une émission pour regarder sur TV5. La prochaine classe vous devez exprimer vos opinions sur les émissions que vous avez regardées.

▪ Vous éprouvez une grande admiration pour un ami. Faites son portrait en laissant apparaître les sentiments que vous ressentez à son égard.

▪ Imaginez des associations bizarres entre un nom et un adjectif. La classe sélectionnera les cinq associations les plus extraordinaires. Exemple: un rocher mou, un crayon carré, etc.

- Travail par groupes.



Dessinez, découpez et collez des personnages sur des cartes à jouer. Chaque chef de groupe doit tirer une carte et décrire les personnages. Faites parler ces personnages.

- Cherchez sur Internet un catalogue ou un hebdomadaire de mode. Imprimez quelques articles ou quelques notices publicitaires contenant des adjectifs qualificatifs. Soulignez les adjectifs qualificatifs et expliquez leur accord.

- À l'imitation des notices de catalogues de mode, composez des notices pour présenter aux éventuels acheteurs des vêtements ou des produits cosmétiques.

- Composez le portrait d'un homme ou d'une femme qui vous a frappé par sa stature et son costume. Faites attention à l'orthographe des adjectifs qualificatifs.

- Écoutez l'horoscope et complétez avec les adjectifs qui manquent:

Bélier (21 03 - 20 04)

Cœur Vous allez vivre une journée

Vie sociale Un travail.....vous attend et vous avez envie de reculer, mais ce serait une erreur.

- **Les jeux pédagogiques**

- On partage la classe en quatre groupes. Chaque groupe reçoit une liste avec six adjectifs qu'ils doivent employer dans des phrases pour décrire une personne. Exemple: *joli, petit, fins, maigre, impatient, accueillant*. Les fiches avec les descriptions sont exposées devant la classe. Les élèves corrigent les fiches aidés par le professeur et décident qui est le gagnant.

- La classe est partagée en groupes. On distribue aux élèves une fiche qui comprend le texte suivant: *Je m'appelle Sylvie. J'ai treize ans. J'adore danser. Mon père s'appelle Marc. Ma mère est professeur d'anglais. J'ai un frère. Il a six ans. J'ai aussi deux soeurs. Elles sont blondes*. Les élèves doivent compléter la description en ajoutant des qualités et des défauts.

- **L'objet inconnu**. On forme des équipes de 4 à 6. Le professeur prépare une liste de noms d'objets à découper en billets et à mettre dans l'enveloppe. Le meneur de jeu pige un mot. Il ne révèle pas le mot choisi. Les autres posent tour à tour une question (sur la forme, la couleur, la dimension, le poids, la matière de l'objet) à laquelle le meneur de jeu répond par « oui » ou « non ».

Chaque joueur ne peut deviner que lorsque c'est son tour, et seulement une fois. Celui qui devine l'objet devient le meneur du jeu.

- **Qui suis-je?** On pose dans le dos des élèves le nom d'un personnage connu.

Les élèves se promènent et posent des questions aux autres pour identifier le nom qu'ils ont dans le dos.

- **Faire connaissance avec un groupe**. Les participants se déplacent dans la salle et recherchent un partenaire qui a quelque chose en commun avec lui (être un enfant sage/bavard/débrouillard/décontracté, avoir la même couleur des yeux, ...). À deux, ils partent à la recherche d'un troisième partenaire et ainsi de suite. Il faut trouver le plus d'ami(e)s possibles.

- **Comment me voit les autres**. Chaque élève reçoit une feuille sur laquelle il écrit quelques-unes de ses qualités qu'il les considère importantes. On pose la feuille dans le dos des élèves. Les élèves se promènent dans la salle et écrivent une qualité au dos de chacun. À la fin les feuilles sont détachées, chaque élève lit la feuille et compare les qualités qu'il a écrites à celles des collègues.

Les jeux pédagogiques sont plus motivants que les exercices et offrent aux élèves la possibilité de pratiquer la langue et de se débrouiller dans des situations différentes.

Les activités proposées demandent beaucoup d'investissement et de la créativité de la part de l'enseignant et impliquent l'exercice de la compétence à communiquer langagièrement.

L'enseignant doit opter pour les méthodes qui favorisent l'apprentissage progressif et conscient de la grammaire, l'implication active et créative des élèves dans le processus d'apprentissage, la formation des habitudes d'expression orale et écrite.

BIBLIOGRAPHIE

1. Manolache, S.-A., Șovea M. (2003): *Enseigner le français. Cours de didactică a limbii franceze*, Suceava, Editura Universității;
2. Conseil de l'Europe (2001): *Cadre européen commun de référence pour les langues: apprendre, enseigner, évaluer*;
3. Cremarencu, S. (2009): *L'approche du document authentique en classe de FLE, Buzău, Teocora*;
4. Dospinescu, V. (2002): *Didactique des langues (tradition et modernité) et... analyse critique de manuels*, Iași, Junimea.

1.16. METODA PROIECTULUI – FACTOR DE CREȘTERE A CALITĂȚII ACTULUI EDUCAȚIONAL

Prof. dr. Ciulei Elena Despina
Colegiul Silvic „Bucovina”
Câmpulung Moldovenesc, jud. Suceava, România

Abstract

Recognizing the importance of using the correct method and implementing the project to the classes of Services profile, I have achieved remarkable results in the very short term, increasing interest and involvement of students learning through creativity. I redeemed all learning styles, all students got involved and I gained interesting experiences. Teaching process optimization can only be achieved by teachers contribution to increasing the quality of education by finding those ways to attract young people towards learning and acquisition of skills for the future in a knowledge society.

The project method gives us satisfaction whenever we use, students showing interest in this way of learning. By using the project method to the class, I noticed that students become more interested in learning, while developing 21st century skills quickly and without too much effort, the realization of final product joy is felt by all categories of students. Management conducted by professor, aims to design activities, project implementation, constant supervision of his conduct, evaluation and dissemination after its completion. Expanding the use of the method of teaching - learning - evaluation projects is a sure step towards increasing the quality of education. Being heavily focused on student-centered learning, project method can be successfully used by any student, regardless of learning style.

1. Era informației – societatea IC²

Secolul al 21-lea impune o revoluție în învățământ, și cu toții suntem supuși Internetului și al comunicării rapide și electronice. Astfel trebuie să ne adaptăm permanent metodele de instruire și comunicare cu elevii, pentru a fi eficienți și convingători. Pregătirea pe care le-o oferim tinerilor trebuie să fie pentru viitor, pentru a putea trăi și muncii într-o comunitate globală ce încorporează discipline și tehnologii complexe. Era informației cuprinde trei perioade: *societatea informațională, societatea cunoașterii și societatea conștiinței – societatea IC²*, folosind un simbol sugestiv. Dezvoltarea cunoștințelor IT în rândul profesorilor și elevilor reprezintă un pas important către *societatea informațională*, dar mai ales spre *societatea cunoașterii*. Platforma dezvoltată de SIVECO România se bazează pe un mediu de învățare colaborativ ce permite prezentarea materialelor

didactice după metode noi, dinamice, interactive realizate cu ajutorul computerului și care influențează în mod pozitiv atitudinea elevului pentru studiu, învățare, formare de aptitudini, dezvoltare de competențe. *Societatea cunoașterii* este societatea în care trăim, dar mai ales cea pentru care pregătim elevii. Termenul de societate a cunoașterii include pe cel de societate a informației, având o arie de cuprindere mai mare a schimbărilor ce au loc, în concordanță cu dinamismul și complexitatea acestora. **Sistemul e-learning, care a apărut ca produs al societății cunoașterii**, este un sistem ce își propune a da procesului de învățare noi concepte. Astfel se va urmări ca învățarea să se desfășoare în funcție de necesitățile și posibilitățile formabilului, fără restricții sau impuneri de termene, ore, prezență etc. Rolul profesorului este de a proiecta experiențe de învățare motivante, colaborative, valoroase, prin care să faciliteze accesul la informație. Programului “Intel® Teach - Instruirea în societatea cunoașterii” oferă elevilor un mediu în care se pot dezvolta aptitudini utile secolului al XXI-lea cum ar fi: spiritul de echipă, competențe TIC, capacitatea de a lua decizii, selectarea informațiilor, inițiativa, comunicarea eficientă, capacitatea de a rezolva probleme complexe. Dezvoltarea competențelor amintite, se poate realiza prin adoptarea noilor strategii de instruire. Metodele de instruire directă bazate pe manuale, expuneri și evaluări tradiționale vor fi mai puțin utilizate în cadrul procesului de instruire deschis, interdisciplinar, caracteristic învățării pe bază de proiecte.

2. Realități și provocări ale societății cunoașterii

Majoritatea cadrelor didactice nu sunt pregătite să-și asume rolul de ghid sau facilitator și să predea în acest mod. Cei care fac trecerea la instruirea bazată pe proiecte au parte de provocări pe care trebuie să le depășească prin utilizarea unor practici didactice noi. În timp, prin noi experiențe, elevi și profesori declară metoda utilă, interesantă și cu puternice aplicații apropiate de viața reală. Calitatea educației crește, iar formabilii dobândesc, cu mai multă ușurință, competențe necesare vieții economico-sociale în care vor fi implicați. Rolul profesorului se schimbă, el lasă pledoariile, manualul, caietele și trece la o abordare centrată pe elev. Această metodă permite valorificarea tuturor stilurilor de învățare și a tuturor tipurilor de elevi. În timp ce etapa de planificare a proiectului necesită mai mult timp de pregătire, odată ce proiectul este demarat, profesorul acționează ca un antrenor sau *facilitator*. Abordarea metodei proiectului valorifică creativitatea elevilor și le dă posibilitatea personalizării activității lor. Metoda proiectului presupune și o schimbare a rolului elevului. Elevii nu sunt întotdeauna obișnuiți să aibă un rol activ în clasă, de aceea, pentru început, pot să apară mici obstacole, generate de stilul practicat de ceilalți profesori. În cadrul proiectelor, este necesar ca ei să ia multe decizii, să lucreze în echipă, să preia inițiativa, să realizeze prezentări în fața colegilor, să construiască singuri baza proprie de date. Pe parcurs, cei mai mulți elevi vor considera activitățile proiectului mai semnificative, mai relevante pentru viața lor și mai interesante.

Astfel, elevii sunt mai motivați și au rezultate mai bune, fapt ce evidențiază un plus de calitate în educație. Tehnologia informației joacă un rol important în utilizarea metodei proiectului, îmbogățind experiențele de învățare și permițând elevilor să realizeze conexiuni cu lumea reală. Una dintre cele mai mari provocări cu care se confruntă mulți profesori este lipsa calculatoarelor și conexiunea la Internet. Prin gruparea elevilor și utilizarea materialelor didactice oferite de platforma, s-au creat oportunități de învățare adecvate secolului în care trăim. Dezvoltarea permanentă a școlilor, prin dotarea cu echipamente informatice, vine în întâmpinarea profesorilor ce utilizează metoda proiectului, și în sprijinul elevilor prin ușurarea învățării și creșterea interesului pentru educație modernă. Evaluarea prin proiecte permite formarea unei viziuni de ansamblu asupra însușirii noțiunilor noi, și permite totodată evaluarea interdisciplinară. Prin evaluare continuă, atât profesorul, cât și elevul pot fi siguri că au atins obiectivele și au înțeles conținuturile. O clasă care învață prin proiecte este o clasă centrată pe elev, în care apare chiar și „haosul organizat”, colaborarea, conversația și mișcarea, acestea fiind absolut necesare. Pe parcursul celor 14 ore am desfășurat

activități în laboratorul de specialitate, cât și în laboratorul informatic, dar și în sala de clasă. Am coordonat întreaga activitate pentru a crea un mediu propice lucrului în echipă, în care sunt încurajați să gândească în mod autonom și la un nivel superior. Învățarea bazată pe proiecte necesită timp, și de aceea sunt uneori motive de îngrijorare pentru profesori, dat fiind faptul ca materia trebuie parcursă. O unitate de învățare bazată pe un proiect, se concentrează pe ideile importante, care au o valoare durabilă, elevii devenind interesați și activi, implicați în luarea deciziilor și orientarea propriilor acțiuni. Elevii trebuie să primească informații foarte clare, prin care sunt definite așteptările, responsabilitățile, procesele și calendarul activităților.

Este absolut necesar ca profesorul să prezinte un model și să le arate elevilor cum să ofere feedback într-un mod constructiv. Omiterea acestei etape ar putea să ducă la un eșec total. Elevii vor fi învățați și obișnuți să analizeze, să dezbată și să comunice păreri. Activitatea de proiect, presupune activitate în echipă, respect pentru părerea altora, responsabilitate, creativitate și apropiere de viața reală. Toate acestea îi atrag pe elevi și îi fac să-și însușească cu ușurință anumite concepte și noțiuni. Elevii văd adesea în școală o organizație bazată pe competiție, în care încearcă să-i depășească pe colegii lor. Prin utilizarea metodei proiectului, am constatat o atitudine mai bună față de școală, de disciplină și față de profesori atunci când au posibilitatea de a lucra prin cooperare și de a-și pune în aplicare propriile idei. Crearea unui portofoliu propriu, care cuprinde munca lor, devine o mândrie pe care elevii o transmit familiilor și astfel se poate crea o bună colaborare școală – familie, cea din urmă având dovada clară a muncii și implicării copilului în activitățile de învățare impuse de școală există totodată și posibilitatea ca lucrările elevilor să nu ajungă niciodată acasă și ca toată munca și eforturile depuse de elevi să nu fie niciodată împărțite părinților. Produsele elevilor, proiectele pot fi promovate în școală, arătate părinților și altor parteneri în educație, ceea ce face să crească interesul elevilor pentru utilizarea metodei proiectului.

3. Concluzii

Cunoscând importanța utilizării corecte a metodei proiectului și punând-o în aplicare la clasele cu profil *Servicii*, am obținut în termen foarte scurt rezultate remarcabile, crescând interesul pentru învățare și implicarea elevilor prin creativitate. Am valorificat toate stilurile de învățare, am implicat toți elevii și am dobândit experiențe interesante. Optimizarea procesului didactic se poate realiza doar cu ajutorul cadrelor didactice care trebuie să contribuie la creșterea calității actului educațional prin găsirea acelor metode care să atragă tinerii spre învățare și dobândirea de competențe pentru viitor într-o societate a cunoașterii.

4. Bibliografia

- [1] Istrate Ovidiu, *Educația la distanță. Proiectarea materialelor*, Editura Agata, Botoșani, 2000;
- [2] Antoaneta Daniela Stroe, *Standarde și sisteme de elearning*, Editura Edusoft, Bacău, 2005;
- [3] <http://www97.intel.com/ro/ProjectDesign/Design/ProjectsInAction/>;
- [4] www.elearning.ro.

1.17. ANALIZA SWOT -UTILIZAREA AEL ÎN LECȚIILE DE GEOGRAFIE

Prof. Ciubotariu Mihaela Iuliana
Colegiul Național "Petru Rareș"
Suceava, România

The educational software are necessary for teaching. Advanced e-Learning is a software appreciated in Romania.

AeL is a modern software that offers solutions for learning, for teaching and a new directions for evaluation.

Intuitext, prin intermediul AEL-Siveco, propune pentru disciplina geografie pachete de lecții pentru clasele V-XII.

Analizând pertinent și destul de detaliat această ofertă educațională, am remarcat următoarele:

Atuuri

- posibilitatea de transmitere eficientă a unui flux informațional important într-un timp scurt;
- grafică și design extrem de atractive în cazul unor aplicații;
- simplitatea unor operații tehnice (click de mouse, tehnica drag-and-drop, deplasări în fereastra de lucru cu ajutorul tastelor direcționale etc.) permite utilizarea pachetelor de lecții de geografie și la clasele cu profil uman, nu numai la cele cu profil real;
- imaginile intuitive și accesibilitatea unor texte ce alcătuiesc diferite componente ale lecțiilor, fac posibilă utilizarea unor aplicații, destinate claselor de liceu și la clasele gimnaziale (ex. componenta *Repartiția populației* din pachetul *Dinamica populației* pentru clasa a X-a, poate fi utilizată la clasele a VI-a și a VII-a în scopul dobândirii unor deprinderi de lucru cu harta politică a lumii; anumite conținuturi din pachetele de lecții *Hidrosfera, Atmosfera, Pământul în Univers, Tectonica și fenomene asociate* etc. pentru clasa a IX-a pot fi utilizate cu succes și la clasa a V-a);
- posibilitatea de a vizualiza procese, fenomene geografice de lungă durată (erupția unui vulcan, producerea unei alunecări de teren, formarea unor tipuri derivate de relief etc.) într-o animație de câteva secunde;
- posibilitatea realizării unei evaluări rapide și eficiente prin intermediul testelor din ofertă;
- pachetul de lecții AEL pentru clasa a IX-a acoperă aproape în totalitate programa de geografie;

Puncte slabe

- dificultatea (timpul îndelungat) încărcării unor aplicații chiar și atunci când numărul participanților la o lecție AEL este mai mic de 10 (ex. *Hazarde naturale-simulare*);
- oferta limitată de pachete de lecții pentru clasele a V-a și X-XII;
- fragmentarea exagerată a unor conținuturi;
- discontinuitatea tematică între subcomponentele unei lecții.

Oportunități

- crearea de către profesori, a unor noi lecții AEL cu conținut geografic;
- stimularea participării elevilor de la specializarea matematică-informatică, la crearea unor componente de lecții de geografie cu ajutorul metodelor și tehnicilor moderne.

PROIECT DIDACTIC

ȘCOALA: Colegiul Național *Petru Rareș* Suceava

PROFESOR: Ciubotariu Mihaela Iuliana

DATA : 29 martie 2016

DISCIPLINA: Geografia mediului înconjurător

CLASA : a XI-a

UNITATEA DE ÎNVĂȚARE: Hazarde naturale

TEMA LECȚIEI : Hazarde geomorfologice. Alunecările de teren.

TIPUL LECȚIEI: lecție de formare a priceperilor și deprinderilor (lecție AEL)

SCOPUL LECȚIEI: comunicarea și dobândirea de noi cunoștințe referitoare la relieful României.

COMPETENȚE SPECIFICE: conform programei de geografie pentru clasa a XI-a

COMPETENȚE DERIVATE:

C1 – definirea termenului alunecare de teren;

C2 – enumerarea principalelor cauze care determină producerea alunecărilor de teren;

C3 – identificarea măsurilor posibile de combatere a alunecărilor de teren;

C4 – analiza imaginilor sugestive cu alunecări de teren, în cadrul unei lecții din platforma AEL;

METODE ȘI PROCEDEE: conversația, explicația, observația, comparația, ciorchinele, demonstrația

RESURSE MATERIALE :

- Fișe de lucru;
- Calculatorul;
- Lecțiile din platforma AEL

STRATEGIA DIDACTICĂ: deductiv-inductivă

ORGANIZAREA ACTIVITĂȚII: frontală, individuală, pe grupe

NIVELUL CLASEI: bun (corespunde programei)

LOC DE DESFĂȘURARE: laborator AEL

MATERIAL BIBLIOGRAFIC :

1. Nicolae Ilinca, Octavian Mândruț, *Elemente de didactică aplicată a geografiei*, Editura CD Press, București, 2006.
2. Maria Eliza Dulamă, *Modele , strategii și tehnici didactice activizante cu aplicații în geografie*, Editura Clusium, Cluj-Napoca, 2002.
3. Grigore Posea, *Geomorfologia României*, Editura Fundației România de mâine, București, 2002.

Desfășurarea lecției

1. EVOCAREA

- momentul organizatoric al lecției; se verifică materialele didactice
- elevii își reamintesc noțiuni învățate în lecțiile anterioare;
- sunt reamintiți termenii : relief, agenți modelatori ai reliefului, etc.

2. REALIZAREA SENSULUI

Activitatea profesorului	Activitatea elevilor
<ul style="list-style-type: none">• anunță obiectivul lecției și conținutul informativ supus dezbaterii;• deschideți calculatoarele și accesați aplicația AEL, lecția Hazarde naturale, componentele Hazarde geomorfologice și Hazarde geomorfologice galerie foto;• urmăriți simularea din componenta Hazarde geomorfologice și precizați definiția alunecărilor de teren, elementele componente și cauzele de producere a acestora;• utilizați fișa de lucru nr. 1;• coordonează activitatea elevilor; • deschideți componenta Hazarde geomorfologice foto; analizați imaginile; utilizați în analiză informațiile dobândite recent;	<ul style="list-style-type: none">• manifestă interes, curiozitate;• deschid calculatoarele și accesează aplicațiile respective; • urmăresc simularea, formulează răspunsuri;• elevii vor lucra individual și frontal, folosind calculatorul, manualul, fișele de lucru;• elevii vor identifica definiția termenului alunecare de teren, cauzele care determină producerea alunecărilor de teren;• analizează, dau răspunsuri așteptate. • accesează noua componentă; analizează, compară, selectează.

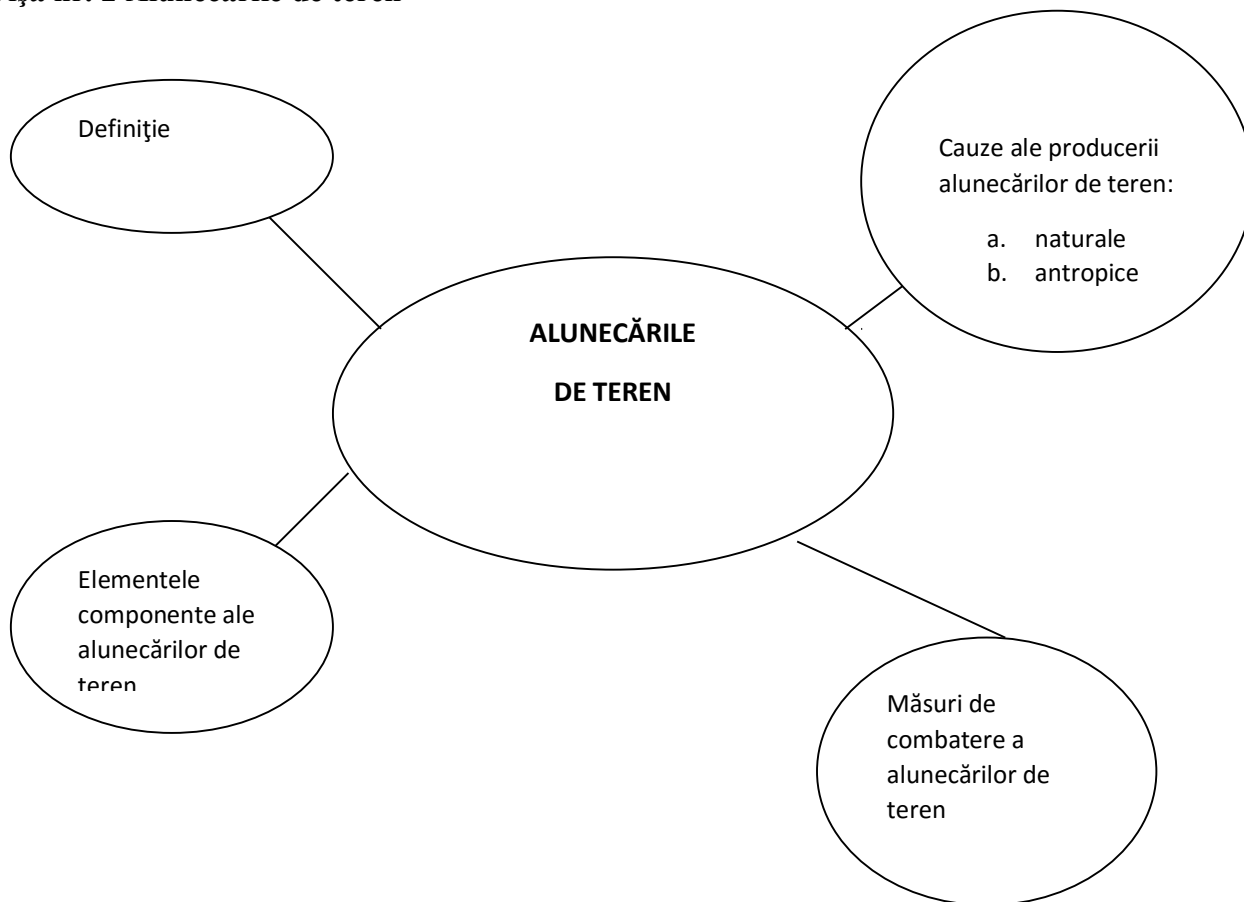
3. REFLECȚIA

- Știm că orașul Suceava este situat în podișul Moldovei, unitate de relief afectată frecvent de alunecările de teren. Folosind cunoștințele dobândite, demonstrați că teritoriul orașului este predispus la manifestarea acestor procese geomorfologice gravitaționale.

Fișă de lucru nr. 1 Alunecările de teren

„Alunecările de teren (...) poartă același nume ca și formele rezultate. (...) Condiția de bază pentru a se produce o alunecare de teren este întâlnirea pe un același loc a trei elemente : o rocă plastică, apă și pantă necesară alunecării. La noi în țară domină pe versanții destul de înclinați, pe cele mai extinse suprafețe din deal, podișuri sau munte; în cadrul acestora aflăreză des argile și marne, în diferite poziții față de pantă, iar clima, temperat – continentală, este destul de capricioasă sub aspectul precipitațiilor, încât se creează deseori condiții potențiale de alunecare pe întinderi foarte mari. Aceste condiții au fost amplificate, în plus, de intervenția masivă a omului prin defrișări, arături, tăierea de drumuri în panta versanților etc. “ (Grigore Posea, *Geomorfologia României*, Editura Fundației România de mâine, București, 2002, pagina 381)

Fișa nr. 2 Alunecările de teren



1.18. INTERPRETAREA TEXTULUI LITERAR LA ELEVII CU DIZABILITAȚI MINTALE

Prof. Cîrligeanu Margareta
Centrul Școlar de Educație Incluzivă Suceava
Loc. Suceava, Jud. Suceava, România

Abstract

In today's society, a student of an individual are generally more complex and diverse than in the past because he felt keenly the lack of a foothold. This support arises and develops in the family environment, but also at the school if it resulted in the special features of the conștiinței and moral conduct.

Therefore, in an interpretation, literary text is often identified with reading made from the perspective of literary theory known categories of student and this is without a doubt one of the

critical dimensions of reading, reading involving aesthetic experience and objectifying her engagement through landmarks constructed of natural sciences literature.

Through their artistic beauty, through events and heroes presented works offer models of conduct literature and educational instrument of becoming what helps students at the age preadolescenței to discover his own identity in a world in which values are adrift; literary text represents such an examples/counterexamples that can be harnessed by the students, educational effects generated by time of literature being complementary educational actions carried out in this respect.

With regard to the student with mental deficiency, teaching various literary texts is necessary to ensure the provision of some basic concepts. The appropriation for reading/reading sometimes deficient children mental difficulties, not from an inability to carry out the analysis of Phonetics, but because the notion of "early", "middle" and "end" of the Word are not clear enough and operation and, in this case, the child indicates a random position of a sound in the word.

Children mental deficient, although they like the literary texts, they are not able to justify why they like these texts, nesesizând figures of speech. Another problem is that of the procedures by which the better explanation of new words, cercetându, in this sense, the role that has the meaning of meaning, the use of the word in context and the role of intuitive material.

They don't notice the presence of a new Word, since it confuses with another known. The separation of the meaning of context is more difficult, as the fragment in question are more unfamiliar words and with the situation depicted is less familiar.

The phrase mental deficient children, both in writing and orally, is distinguished by a small number of words. It further finds, also, and other mistakes, such as omitting the subject, omitting repetition of subject or predicate and predicate.

To understand, to solve a problem or to express their ideas, the mental deficienții need of a concrete support. Hence, in the framework of supporting schools or special education, introducing concepts must be preceded by preparatory activities, in which the student to acquire necessary representations luggage for their understanding.

În societatea din zilele noastre, problemele unui elev, ale unui individ sunt, în general, diverse și mai complexe decât în trecut, deoarece acesta resimte acut lipsa unui punct de sprijin. Acest punct de sprijin ia naștere și se dezvoltă în mediul familial, dar și în cel școlar dacă este concretizat în particularități ale conștiinței și conduitei morale, într-un “referențial axiologic”.

Referențialul axiologic solicită o recunoaștere a actului lecturii, întrucât mesajele transmise de mass-media și utilizarea internetului exercită asupra elevilor o puternică fascinație, creează relaxare și distracție în detrimentul petrecerii timpului în aer liber, practicării unui sport și mai ales... lecturii.

Definită metaforic drept o întâlnire cu spiritele culturii naționale , o “cale regală” a educației morale, civice și a formării gustului estetic, lectura devine în actualitate un mijloc eficient de a-i educa pe elevi în dublul sens pe care N. Manolescu îl atribuie acestui concept: a te instrui și a înțelege.

Așadar, în didactică, interpretarea unui text literar este identificată, adeseori, cu lectura realizată din perspectiva categoriilor de teorie literară cunoscute de elev. Și aceasta este, fără îndoială, una din dimensiunile lecturii critice, lectură ce presupune obiectivarea experienței estetice și încadrarea ei prin intermediul unor repere construite de științele literaturii.

Prin frumusețea lor artistică, prin eroii și întâmplările prezentate, operele oferă modele de conduită, literatura devenind și un instrument educativ ce ajută elevii la vârsta preadolescenței să-și descopere propria identitate, într-o lume în care valorile sunt în derivă; textul literar reprezintă astfel o sursă de exemple/contraexemplu care pot fi valorificate de elevi, efectele educative generate de ora de literatură fiind complementare acțiunilor educative desfășurate în acest sens.

Studiul limbii și literaturii române are o însemnătate deosebită în formarea elevilor asigurând evoluția lor intelectuală. Un text literar, la ora de limba și literatura română poate fi abordat în mod independent de la caz la caz. În studiul unei opere este necesară cunoașterea raportului dintre autor și realitatea exprimată, pentru că facilitează înțelegerea, stimulează curiozitatea și dorința de a afla lucruri noi.

Înainte de toate este binevenită parcurgerea unor informații simplificate despre viața autorului și procesul de producere al operei literare. Aceste date pot fi utilizate ca răspunsuri la întrebări din cadrul unor concursuri pe teme literare și ar putea viza, pentru elevi deprinderi de citire conștientă și activă, comunicare orală și scrisă, selectarea informației noi, alcătuirea unor fișe despre autori și operă, precum și diverse deprinderi de muncă intelectuală.

În continuarea studierii textului se pune accent pe descifrarea codului literar care cuprinde, printre altele: noțiuni de vocabular, sens propriu și figurat, versificație la textele lirice, procedee ale expresivității, modalități de expunere, stiluri și originalitatea exprimării etc.

Toate acestea reprezintă aspecte ale analizei literare a textelor, adaptate la nivelul capacităților intelectuale ale elevilor.

Se pot forma deprinderi de comunicare orală și scrisă, explicarea cuvintelor necunoscute, prin raportare la context, alcătuire de propoziții, identificarea procedeele de expresivitate artistică, căutarea explicării cuvintelor folosind dicționarul etc.

Urmează analiza structurii mesajului în vederea receptării textului, care poate fi concretizată prin citirea integrală a textului, citirea pe fragmente și analiza acestora, realizarea planului textului folosind ideile principale, reproducerea mesajului printr-o exprimare originală = povestirea.

În cadrul acestor momente, elevii ar putea să-și consolideze deprinderi de citire selectivă, în lanț, pe fragmente, împărțirea textului în mod logic, formularea de idei principale, povestire orală, scrisă, pe baza ideilor sau imaginilor. Toate acestea, pot fi diferite de la lecție la lecție și nu este posibilă stabilirea unei structuri generale.

La final, putem analiza relația existentă între text și realitate, între autor și personaje. Copiii sunt îndrumați să observe dacă personajele fac parte din viața reală, dacă sunt imaginate și transfigurate conform talentului creator.

Personajelor le sunt urmărite comportamentele și reacțiile în situații diferite, fiind individualizate prin caracteristici fizice și morale. Autorul poate mări sau micșora importanța unui personaj, oferindu-le astfel profunzime și substanță, transformându-le în exemple pozitive sau negative pentru copii. Putem stabili obiectivitatea și subiectivitatea în caracterizarea personajelor, putem discuta despre prezența sau absența naratorului în desfășurarea întâmplării, precum și atitudinea autorului față de evenimente, personaje și situații concrete ale textului.

În concluzie, abordarea textului literar poate fi interpretată într-o manieră diferită, în funcție de genul literar studiat, importantă aici fiind viziunea cadrului didactic asupra receptării textului și modul de transmitere către elevii cititori. Rămâne la latitudinea cadrului didactic să aleagă metodele și procedeele optime pentru decodificarea textului, făcând apel la cunoștințele elevilor și la posibilitatea/ capacitatea lor de înțelegere. Literatura română dispune de autori și texte variate, în măsură să-i atragă pe copii către studiul și lectura permanentă.

În ceea ce privește elevul cu deficiență mintală, la predarea diferitelor texte literare este necesar să se asigure însușirea temeinică a unor noțiuni de bază. În însușirea citirii/lecturii, uneori, copiii deficienți mintali întâmpină dificultăți, nu din incapacitatea de a realiza analiza fonetică, ci fiindcă noțiunile de "începutul", "mijlocul" și "sfârșitul" cuvântului nu sunt suficient de clare și de operante și, în acest caz, copilul indică la întâmplare poziția unui sunet în cuvânt. Pentru fixarea acestor noțiuni sunt necesare la început exerciții pe un material static (de exemplu copilul să indice mijlocul unui creion sau al unui liniar). În a doua etapă se vor efectua exerciții folosindu-se stimuli succesivi, dar mai ușor de diferențiat decât sunetele vorbirii (de exemplu, sunetul unui clopoțel,

intercalat între două băți din palme, fără ca elevii să vadă mișcarea efectuată) și numai după aceea să se treacă la analiza fonetică.

În descrierea unei imagini se poate întâmpla ca elevii normali să-și amintească și alte elemente pe care le cunosc din experiența anterioară cu obiectul, pe când la elevii deficienți mintali imaginile actualizează anumite clișee verbale, care nu au legătură cu imaginea prezentată.

În ilustrațiile descriptive, obiectele și personajele se găsesc în relații spațiale simple, nu există un personaj central, de înțelegere acțiunii căruia să-i depindă înțelegerea situației în ansamblu. În cazul acestor ilustrații, singura deosebire dintre elevii normali și cei deficienți mintali constă în faptul că descrierile celor din urmă au un caracter mai puțin generalizat decât cele ale elevilor normali.

Diferențe mai pronunțate apar în cazul ilustrațiilor explicative, în care acțiunea personajului central produce acțiunea celorlalte personaje, astfel încât înțelegerea ilustrației presupune descoperirea unor legături cauzale.

Elevii deficienți mintali întâmpină greutăți mai mari atunci când ilustrația conține multe obiecte sau acțiuni necunoscute, și, mai ales, atunci când persoana care creează situația este absentă. Astfel, în timp ce elevii normali reușesc să facă anumite deducții pe baza analizei elementelor prezente, elevii deficienți mintali au nevoie de întrebările ajutătoare ale adulților. De asemenea, s-a constatat că la elevii deficienți mintali, calitatea descrierii ilustrației se îmbunătățește în mai mică măsură prin întrebări ajutătoare.

O altă diferență apare sub aspectul capacității pe care o manifestă elevii normali de a omite detaliile neesențiale sau neînțelese. Elevii cu dizabilități mintale întâmpină dificultăți în interpretarea sau în descrierea unei imagini, deoarece sesizează mai greu decât elevii normali expresiile emotive ale personajelor din ilustrații, sau nu sesizează adâncimea redată grafic.

În legătură cu capacitatea de analiză, pot decurge într-o anumită măsură și din deficiențe ale limbajului. De exemplu, copilul nu dispune de termenii prin care să denumească o însușire sau alta, sau se poate întâmpla ca absența anumitor termeni să determine o analiză imperfectă. Și sinteza elementelor analizate se realizează cu greu la copiii deficienți mintali. Astfel, orice situație fragmentată este cu greu reconstituită pe plan perceptiv. Calea de la întreg la parte și din nou la întreg trebuie urmată nu numai în cazul formării desprinderilor de citit și de scris, ci în orice activitate în care este implicată percepția. În caz contrar, la elevii deficienți mintali, imaginile lumii reale nu se leagă între ele, nu se sistematizează, ci păstrează un caracter fragmentar rigid.

O particularitate care este frecventă la elevii deficienți mintali este fidelitatea redusă a memoriei, ce constă în faptul că atunci când reproduc o poezie, o întâmplare, un desen, o listă de cuvinte sau numere, elevii deficienți mintali introduc în reproducere elemente străine, dându-i uneori un caracter absurd. O altă particularitate a memoriei elevilor deficienți mintali o constituie rigiditatea fixării și reproducerii cunoștințelor și dificultatea realizării transferului de cunoștințe. Astfel, la elevii din școlile ajutătoare, una dintre particularitățile cele mai evidente o constituie capacitatea redusă de a utiliza cunoștințele într-o situație diferită de cea în care și le-au însușit, aceasta întrucât cunoștințele lor au un caracter rigid și se reactualizează cu greu într-o nouă combinație sau într-un nou context. Rigiditatea cunoștințelor apare în mod evident în situații în care este necesară structurarea sau modificarea semnificației anumitor stimuli.

La elevii deficienți mintali s-au găsit unele moduri de comunicare absente la elevii normali cu același nivel intelectual, ca de exemplu răspunsuri inadecvate la întrebări, utilizarea gestului în locul cuvântului și manifestări de pseudovorbire (polisilabe fără semnificație).

În legătură cu particularitățile diferitelor aspecte ale limbajului la copiii deficienți mintali, distingem următoarele aspecte: vocabularul copiilor deficienți mintali este mai limitat decât cel al elevilor normali, mai ales sub aspectul cuvintelor-noțiuni cu caracter abstract. În vocabularul deficienților mintali sunt sărac reprezentate cuvintele-noțiuni care desemnează mărimea, relațiile spațiale, caracteristicile psihice. Elevii deficienți mintali aplică uneori adjectivele în mod inadecvat

sau pentru determinarea unor însușiri neesențiale; manifestă deficiențe și sub aspectul capacității de a înțelege comparațiile, metaforele și epitetele.

Copiii deficienți mintali, deși le plac textele literare, ei nu sunt capabili să justifice de ce le plac aceste texte, nesesizând figurile de stil. O altă problemă este cea a procedeelelor prin care se dezvăluie mai bine explicația cuvintelor noi, cercetându-se, în acest sens, rolul pe care îl are explicația sensului cuvântului, utilizarea cuvântului în context și rolul materialului intuitiv. Aceștia nu observă prezența unui cuvânt nou, întrucât îl confundă cu altul cunoscut. Desprinderea sensului din context se realizează cu atât mai greu, cu cât în fragmentul respectiv sunt mai multe cuvinte necunoscute și cu cât situația redată este mai puțin familiară.

Fraza copiilor deficienți mintali, atât în limbajul scris, cât și în cel oral, se distinge printr-un număr cât mai mic de cuvinte. Se mai constată, de asemenea, și alte greșeli, cum ar fi: omiterea subiectului, omiterea predicatului sau repetarea subiectului și a predicatului.

În general, elevii deficienți mintali nu folosesc propoziții secundare, sau, chiar dacă le folosesc, acestea au o structură foarte simplă, iar în ceea ce privește legătura dintre propoziții, se observă faptul că aceasta nu se face, în general, prin conjuncții sau se efectuează prin conjuncții simple (și). Construcția deficitară a frazei apare în modul cel mai evident mai ales atunci când sunt puși în situația de a formula o întrebare.

Pentru a înțelege, pentru a rezolva o problemă sau pentru a-și exprima ideile, deficienții mintali au nevoie de un suport concret. De aceea, în cadrul școlilor ajutătoare sau cele de educație specială, introducerea unor noțiuni trebuie precedată de activități pregătitoare, în care elevul să dobândească bagajul de reprezentări necesar pentru înțelegerea lor.

Bibliografie:

1. Duda, Gabriela, *Analiza textului literar*, Editura Humanitas, București, 2002;
2. Pamfil, Alina, *Limba și literatura română în gimnaziu. Structuri didactice deschise*, Editura Paralela 45, Pitești, 2003;
3. Pamfil, Alina, *Limba și literatura română în gimnaziu. Structuri didactice deschise*, Editura Paralela 45, Pitești, 2007;
4. Roșca, Mariana, *Psihologia deficienților mintali*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1967.

1.19. UTILIZAREA TEHNOLOGIEI E-LEARNING ÎN CADRUL ORELOR DE ISTORIE

Prof. Cramariuc Cezar
Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir”
Suceava, România

Abstract

The educational software "The Nazism" offers a new perspective about Nazism, giving students the possibility of accumulating the knowledge in their own pace. This software can be found at www.did-clio.net.

The first section of this site is made in the purpose of the student's registration and login. The second section has all the lessons the students can access: the introduction, "The Rise of Nazism", "Hitler and the Nazism Parliament", the Dictionary, Forum and Grades. The third section is made

for administrative purpose, which refers to the teacher's part: users, data modifications, tests answers, and announcements.

The software has two themes: "The Rise of Nazism" and "Hitler and the Nazism Party", which have two documents each for students to analyze. The former includes "Chronology" and "Hitler's Short Biography", while the latter presents "Nazism Beliefs" and also "Hitler's Speech". The students discover the simplicity of Nazism's ideology and methods, they attracted the people with. From the first activity they will be able to understand the principles of racism and the supremacy of their parliament in relation to the rest of nation's people. They will be able to communicate on the forum, to raise their communication skills and to deepen the knowledge. The second activity makes the students to exhibit their thoughts and feelings they have about Hitler's speech.

Student's accumulated knowledge will be verified with five tests: the first and the second ones are matching type, while the third one is a short answer type. The fourth and the fifth require students to describe their thoughts on the most important events of the ascension, respectively Hitler's speech. The outcome of the tests are registered in the database, will be evaluated by the teacher in charge and will be available on "Grades" in the menu bar.

This e-learning lesson is supposed to be realized in a two-week long period. The time needed for the reading and understanding of the documents: the chronology of the Nazism Rise - 15 minutes, Hitler's short biography - 20 minutes, Nazism Principles - 10 minutes, Hitler's speech - 20 minutes. Total time: 65 minutes. If these lessons are made in class, the total time would raise to somewhere around two hours. These text are not hard to read, nor to understand. The site also has a dictionary with most of these lessons specific terms.

This site was made with the purpose of being accessed at all times, the design is made simple, so the navigation is made easier, and especially for the students to find attractive information and curiosities while discussing with others about this theme.

O lecție digitală reprezintă un produs software, ce este utilizat de elevi prin intermediul internetului. Rețeaua internet oferă accesul comod și eficient la cunoștințe și informații, metode noi și eficiente de predare, învățare și evaluare a cunoștințelor, instruire și formare permanentă, în scopul obținerii unei experiențe privind înțelegerea și stăpânirea de cunoștințe și competențe într-un domeniu al cunoașterii.

Utilizarea noilor tehnologii împreună cu folosirea metodelor moderne pedagogice și psihologice, susținute de instrumente software oferite de calculator, dă posibilitatea proiectării lecțiilor digitale într-o nouă abordare, atât științifică, cât și pedagogică. Tehnologii și instrumente software folosite pentru realizarea acestui soft: html, css, bootstrap, php, JavaScript, platformă web 2.0 (forum).

Softul educațional *Nazismul* oferă o nouă perspectivă elevilor despre nazism, oferind posibilitatea de a acumula cunoștințe și de a-și forma competențe într-un ritm propriu. Elevii învață activ analizând documentele pe care le descarcă de pe site. Testele permit fiecărui elev să-și verifice cunoștințele, iar profesorului să evalueze fiecare elev. Folosirea forumului dezvoltă competențe de comunicare și colaborare. Fiecare elev formulează opinii și argumente despre subiectele temei într-un limbaj specific, obiectiv foarte greu de realizat în sala de clasă, mai ales pentru clasele cu o oră pe săptămână. Softul educațional *Nazismul* poate fi accesat de pe [saiul www.did-clio.net](http://www.did-clio.net).

Prima secțiune a saitului este dedicată logării elevilor. Pentru a avea acces la lecție elevii trebuie să folosească o adresă de email validă. Dacă elevii folosesc o adresă de email fictivă nu pot activa contul, iar accesul lor la lecție nu este posibil. Elevii pot recupera sau modifica parola.

A doua secțiune este dedicată temelor, la care elevii au acces: Prima pagină, Ascensiunea nazismului, Hitler și Partidul Nazist, Dicționar, Forum, Note.

A treia secțiune a softului educațional este pentru administrarea activității elevilor. Profesorul are acces, pe lângă cele menționate mai sus, la următoarele pagini: Utilizatori, Modifică datele, Rezultate test, Răspunsuri test 3, Răspunsuri test 4, Răspunsuri test 5, Inserare anunț. Pagina Utilizatori oferă date semnificative pentru profesor: numărul utilizatorilor înscriși, numele lor, data înregistrării. Pagina Modifică datele permite profesorului să înregistreze notele elevilor pentru testele trei, patru și cinci, după ce elevii au răspuns la ele. De pe aceeași pagină, profesorul înregistrează în baza de date observațiile sale despre răspunsurile elevilor. Observațiile profesorului vor putea fi vizualizate de elevi după ce timpul alocat temei s-a încheiat, iar notele finale sunt definitive. Accesând pagina Rezultate test, profesorul poate vedea notele elevilor la toate testele. Paginile Răspunsuri test 3, Răspunsuri test 4 și Răspunsuri test 5 afișează răspunsurile elevilor la aceste teste pentru ca profesorul să le evalueze. Pagina Inserare anunț permite profesorului să facă anunțuri importante pentru utilizatorii siteului.

Lecția digitală proiectată se utilizează în clasa a XI-a, în cadrul conținutului *Idei și regimuri politice*, dar se poate realiza și în clasa a X-a, la clasele de profil. Softul permite realizarea competențelor menționate în programa școlară:

- 2.2. Analizarea instituțiilor, normelor și procedurilor de guvernare.
- 2.3. Folosirea strategiilor de negociere și cooperare civică.
- 3.3. Descoperirea în sursele de informare a perspectivelor diferite asupra evenimentelor și proceselor istorice.
- 1.3. Compararea unor opinii și argumente diferite referitoare la o temă de istorie.

Pagina web de introducere a siteului prezintă obiectivele lecției, subiectele și definește termenul nazist (v.

Figura 1. Prima pagină a site-ului). Elevii descoperă și formatul paginilor web care formează siteul educațional. Bara de navigare pune la dispoziția elevilor instrumentul de navigare necesar. Bara de navigare nu are și o legătură către teste, pentru ca elevii să nu le acceseze imediat. Pot accesa testele de la sfârșitul paginilor care oferă informații despre subiectele temei. Testele au o bara de navigare diferită pentru a îngreuna navigarea elevilor, atunci când efectuează un test.

Softul are două subiecte: *Ascensiunea nazismului și Hitler și Partidul Nazist*. La fiecare temă elevii trebuie să analizeze două documente. La tema *Ascensiunea nazismului* elevii descarcă și analizează documentele *Cronologie și Scurtă biografie a lui Hitler*. Primul document prezintă principalele evenimente care au determinat preluarea puterii de către naziști. Activitatea de învățare permite elevilor să plaseze în timp evenimentele care i-au adus pe naziști la guvernare: declararea Republicii de la Weimar, criza Ruhrului, inflația, puciul de la berărie, marea criză economică, crearea Frontului Național, victoria din alegeri. Al doilea document de la prima temă prezintă date esențiale din viața lui Hitler, dar explică și metodele folosite de el pentru a la putere și practicile de guvernare: folosirea tehnicilor moderne în campaniile de guvernare și practicile de guvernare. Documentul ilustrează modul în care Hitler a reușit să impună regimul politic totalitar și să declanșeze cel de-al doilea război mondial.

Bine ai venit, cezari!

Nazismul

Obiective:

- Identificarea și explicarea etapelor ascensiunii lui Hitler și a naziștilor.
- Înțelegerea saltului electoral de la câteva voturi la câștigarea alegerilor.
- Prezentarea principiilor ideologiei naziste.
- Înțelegerea rolului propagandei în manipularea opiniei publice.
- Evaluarea discursului lui Hitler.

Tema are două subiecte: *Ascensiunea nazismului și Hitler și Partidul Nazist*.

Fiecare parte are teste de evaluare. Prima parte are patru teste, iar a doua parte un test.

Discuțați subiectele lecției pe blog. Discuțiile sunt evaluate și constituie un parte din nota finală. Puteți vedea notele accesând linkul *Note* din MENU.

Nazismul sau național-socialismul (german) a fost ideologia și politica totalitară naționalistă, rasistă, antisemită și anticomunistă a Germaniei naziste, care au fost aplicate în timpul dictaturii lui Adolf Hitler în statul german între 1933 și 1945. Cuvântul "nazism" provine de la prescurtarea numelui național-socialism (Nationalsozialismus, prescurtat în germană Nazi). În 1921 Hitler a devenit liderul Partidului Muncitoresc German Național-Socialist (Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei, pe scurt NSDAP), iar la 30 ianuarie 1933 cancelarul (prim-ministrul) Germaniei, al Reich-ului german, cunoscut drept Al treilea Reich.

Toate drepturile rezervate © Cezar Ciarnariuc

Figura 1. Prima pagină a site-ului

La subiectul al doilea elevii analizează documentele *Principiile (Credințele) Partidului Nazist și Hitler – discurs*. Elevii descoperă simplitatea ideologiei naziste și metodele folosite de naziști pentru a atrage masele. La prima activitate de învățare elevii evaluează principiile teoriei rasiste și ale supremației Partidului Nazist în raport cu indivizii, cu membrii națiunii germane. Descoperă cum a manipulat Hitler sentimentele naționale, urmărind să declanșeze ura germanilor față de străini. Elevii trebuie să explice aderența multor germani la aceste teorii. O cerință a temei este ca elevii să comunice pe forum, astfel încât își dezvoltă competențele de comunicare și aprofundează subiectul. La a doua activitate, elevii prezintă sentimentele declanșate de discursul lui Hitler și le prezintă. Discursurile lui Hitler erau atent organizate, însoțite de ritualuri stricte, pentru a produce un impact maxim în rândurile maselor. Era un discurs simplu care propovăduia ura față de evrei, superioritatea națiunii germane, ca cea mai bună dintre rasele ariene, frica față de comunism. Conform lui Hitler, națiunea germană trebuia să-și reocupe locul meritat, de mare putere.

Verificarea cunoștințelor se face prin cinci teste: testele unu și doi sunt teste de corelare a datelor de pe două coloane. La primul test corelarea trebuie realizată între un an și evenimentul care a avut loc în anul respectiv. În total sunt șapte ani pe o coloană și șapte evenimente pe cealaltă coloană. Corelarea se realizează prin intermediul unei liste de selecție (drop-down). La selectarea unui an se afișează literele de la A la G, care reprezintă evenimentele care trebuie corelate. La fiecare an elevii selectează o literă. Al doilea test corelarea se realizează între trei noțiuni (antisemit, naționalist, antidemocratic) și trei afirmații. Este folosită tot o listă drop-down.



Test de autoevaluare

did-clio.net/nazism/nazism/autotest.php

Nazismul Acasă Test 1 Test 2 Test 3 Test 4 Test 5 Delogare Administrare

Bine ai venit, cezar!

Stabilește valoarea de adevăr pentru propozițiile de mai jos.

1. Hitler provenea dintr-o familie cu un tată muncitor și o mamă drăguță.	Adevărat	Fals
2. Hitler a avut relații bune cu tată său.	Adevărat	Fals
3. Hitler cunoscut mulți evrei și a fost antisemit datorită conflictelor personale cu ei.	Adevărat	Fals
4. Mein Kampf a fost o carte a lui Hitler despre lagărele de concentrare.	Adevărat	Fals
5. Hitler folosea mașini, avioane, filme, mijloace moderne în campaniile electorale.	Adevărat	Fals
6. Hindenburg l-a admirat pe Hitler pentru inteligența și rafinamentul lui.	Adevărat	Fals
7. Discursurile lui Hitler erau complexe și atent analizate de audiență.	Adevărat	Fals
8. Hitler a ajuns la putere în 1933, conducând o revoluție violentă.	Adevărat	Fals
9. Hitler a încercat să ofere drepturi egale pentru toți germanii printr-o serie de decrete de urgență.	Adevărat	Fals
10. Hindenburg s-a opus decretelor de urgență date Hitler.	Adevărat	Fals
11. Alte state l-au sprijinit pe Hitler în politica externă.	Adevărat	Fals
12. Sub conducerea lui Hitler, cetățenii germani se puteau plimba noaptea în siguranță.	Adevărat	Fals
13. Doar criminalii înrăiți erau duși în lagărele de concentrare.	Adevărat	Fals
14. Tineretul nazist era dedicat filozofiei lui Hitler.	Adevărat	Fals
15. Cei mai mulți dintre australieni au considerat că sunt victimele agresiunii naziste.	Adevărat	Fals
16. Hitler a dus două războaie: unul pentru teritorii și unul pentru "puritatea rasei".	Adevărat	Fals

Trimite

Figura 2. Test de autoevaluare

La testul trei elevii trebuie să definească trei noțiuni: Lebensraum, criminalii din noiembrie și Frontul Național, și să explice pe scurt semnificația unor evenimente: reacția germană față de ocupația văii Ruhr de către francezi, de ce germanii bogați au început să-l sprijine pe Hitler, care a fost scopul legii împuternicirii și să precizeze evenimentul din 1933, care a decis soarta oponenților politici ai nazismului. Elevii tastează răspunsurile în marcaje html textarea.

La testul patru elevii trebuie să menționeze trei evenimente pe care ei le consideră cele mai importante pentru ascensiunea nazismului. Evenimentele sunt selectate din documentul Cronologie. Fiecare alegere trebuie argumentată. Am dat un exemplu pentru a facilita înțelegerea cerinței de către elevi și să fie un model în elaborarea răspunsurilor:

- Evenimentul: instaurarea Republicii de la Weimar a fost un eveniment important, deoarece guvernul republicii a încheiat pacea de la Versailles.
- Argumentul. A fost o pace grea pentru Germania, iar foarte mulți germani au considerat-o umilitoare. De aceea în societatea germană s-a răspândit rapid ideologia extremistă.

La acest item elevii trebuie să posteze pe forum comentarii, unde să prezinte și să argumenteze alegerea făcută. Dezvoltarea discuțiilor poate constitui o dezbateră. Intervențiile elevilor sunt evaluate. Am realizat două forumuri, câte unul pentru fiecare cerință pentru a fi mai ușor de urmărit răspunsurile elevilor. Elevii scriu răspunsurile și opiniile în marcaje textarea.

Testul cinci solicită elevilor să descrie emoțiile declanșate de discursul lui Hitler. Și la acest test elevii tastează răspunsul în marcaje textarea.

Elevii răspund la cerințele trei, patru și cinci, tastând în casetele text (care sunt marcaje textarea). În marcaje am indicat din nou elevilor cerința specifică prin taguri placeholder.

La primul subiect este și un test de autoevaluare (v. Figura 2. Test de autoevaluare) referitor la biografia lui Hitler. Testul este un item obiectiv format din 16 întrebări, la care elevii trebuie să stabilească valoarea de adevăr al afirmațiilor prin selectarea butonului cu eticheta *adevărat* sau a butonului cu eticheta *fals*. Deși notele de la acest test nu contribuie la nota finală, ele sunt consemnate în baza de date oferind informații profesorului despre activitatea elevilor. După validarea testului de autoevaluare, elevii pot vedea punctajul realizat și întrebările la care au răspuns greșit.

Prelucrarea testelor se realizează prin intermediul altor pagini web, care transmit datele la baza de date și afișează rezultatele elevilor.

Profesorul administrează testele. Poate vizualiza rezultatele la testele 1 și 2 și răspunsurile la celelalte teste. Evaluează răspunsurile la testele 3, 4 și 5 și le înregistrează în baza de date.

Notele testelor sunt înregistrate într-o bază de date. Notele pentru intervențiile de pe forum sunt introduse de profesor. Elevii pot vedea rezultatele obținute accesând linkul Note din bara de navigare.

Ascensiunea nazismului

Obiectivele temei:

- contextul în care naștii au preluat puterea;
- informații despre viața lui Hitler.

Cerință:

Descărcați și analizați următorul document: [Cronologia ascensiunii nazismului](#).

Republica de la Weimar a fost prima democrație parlamentară din istoria Germaniei. Republica de la Weimar a existat între 1919-1933, de la proclamarea republicii, în urma Primului Război Mondial, și până la numirea lui Adolf Hitler în funcția de cancelar. Adunarea constituantă din 1919 s-a întrunit la Weimar, din cauză că la Berlin persistau luptele de stradă și instabilitatea generată de Liga Spartachistă, de orientare comunistă. Deși a fost o republică parlamentară, numele oficial al țării a rămas Deutsches Reich (Imperiul German).

Guvernul provizoriu era dominat de socialiștii moderați. Aceștia nu erau de acord cu o transformare radicală a societății, ci voiau să pună la punct un sistem democratic și pluralist. Alegerile generale pentru o Adunare Constituantă prin vot universal (pentru întâia dată au votat acum și femeile) au fost anunțate pentru luna ianuarie 1919. În toamna anului 1918, înfrângerea din Primul Război Mondial și mișcările revoluționare interne l-au determinat pe împăratul Wilhelm al II-lea să abdice și să plece în exil, în Olanda. Socialiștii au preluat puterea și au proclamat republica. Pentru a împiedica invadarea țării, ei au semnat armistițiul, atrăgându-și ostilitatea naționaliștilor, care refuzau să recunoască înfrângerea din Primul Război Mondial.

În primăvara anului 1919, Adunarea Constituantă reunită la Weimar, a adoptat o constituție care transforma Germania într-o democrație, o republică federală condusă de un parlament (Reichstag) și de un președinte ales prin vot universal.

Constituția, care a intrat în vigoare în septembrie 1919, a dat naștere unei republici federale și democratice. Germania a fost împărțită în 17 landuri, care aveau fiecare Adunarea lor constituantă aleasă, precum și guvernul lor de land. Landurile aveau anumite prerogative în domeniul poliției, al cultelor, culturii și educației.

Descărcați și analizați următorul document: [Scurtă biografie a lui Hitler](#). [Test de autoevaluare](#). Nu sunteți notați pentru testul de autoevaluare.

Rezolvați [testele](#) unu și doi.



Toate drepturile rezervate © Cezar Cramariuc

Figura 3. Ascensiunea nazismului

Tema elearning se poate realiza în una, două săptămâni. Timpul necesar citirii și înțelegerii documentelor: Cronologia ascensiunii Partidului Nazist – 15 minute; Scurtă biografie a lui Hitler – 20 de minute; Principiile Partidului Nazist - 10 minute; Discursul lui Hitler – 20 de minute. Timpul total analizării celor patru documente este de 65 de minute. Adăugându-se discuțiile, dezbaterile între elevi, cele două subiecte propuse la tema nazismul ar necesita două ore realizate în sala de clasă. Dar dacă adăugăm și timpul efectuării testelor, atunci timpul necesar ar fi de trei ore. Prin urmare această temă s-ar putea realiza cu dificultate în sala de clasă, neregăsindu-se în proiectarea unităților de învățare ale profesorilor.

Site-ul are un dicționar cu termenii specifici acestei lecții, elevii descoperind ușor semnificația unui termen.

Principiile urmărite în realizarea siteului sunt: conținuturi care să poată fi folosite când este nevoie; designul siteului realizat să fie simplu și unitar; elevii să poată naviga ușor; conținuturile să trezească emoții pozitive și să fie memorabile, prin activități de învățare active. Paginile web așa cum se observă din figurile 1 și 2 sunt realizate astfel încât să poată fi ușor parcurse cu privirea. Elevii pot identifica repede informațiile și cerințele. Conținuturile e-learning realizate sunt relevante și semnificative și permit elevilor parcurgerea lor într-un ritm propriu. Informațiile sunt transmise prin mijloace simple. Am folosit un model unitar, pentru ca elevii să înțeleagă cu un efort minim conexiunile între idei. Culorile folosite sunt alb și negru, cele mai odihnitoare. Nodul de prezentare al conținutului este unul minimal, atenția fiind focalizată pe analiza surselor primare și secundare și pe interpretarea lor. Am folosit mult spațiu alb pentru ca elevii să se odihnească și să reflecteze la materialul citit. Am focalizat experiența de învățare pe înțelegere, de aceea am selectat doar acele date, ani, evenimente necesare înțelegerii ascensiunii nazismului și instaurării unui regim autoritar

într-un stat cu o civilizație superioară. Testele realizate au urmărit să angajeze elevii în actul învățării, să-i motiveze. Analizând discursul lui Hitler am urmărit să creez conținuturi memorabile prin declanșare de emoții puternice, care să trezească interesul elevilor. Realizând texte elevii se implică activ în activitatea de învățare.

Softul didactic Nazism optimizează formarea de competențe prin eficientizarea curriculumului. Avantajele unei lecții elearning sunt clare: Tehnologiile sunt interactive, permițând un feed-back total, în timp real, și evaluări formative sau sumative, cantitative sau calitative într-un mod facil; accesul la resurse; interacțiunile sincrone și cele asincrone în activitățile de învățare; este facilitată învățarea într-un ritm propriu, într-un stil personal, parcurgerea temei putând fi făcută treptat și repetat.

Bibliografie

- Berking, P. (2012, Martie 12). *Choosing Authoring Tools - Advanced Distributed Learning*.
- Felder, M. R., & Brent, R. (2003). Learning by doing. *Chemical Engineering Education*.
- E-learning methodologies - A guide for designing and developing e-learning courses*.
- Kirkpatrick, D. L. (2006). *Evaluating Training Programs. The four level*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- Sage Learning System. (nd). *e-Learning Evaluate (PDF)*.
<http://www.sagelearning.com/papers/Evaluation%20Forms.pdf>
- Schank, C. R. (1995). *What We Learn When We Learn by Doing*.
http://cogprints.org/637/1/LearnbyDoing_Schank.html
- Strauss, J. (nd). *Designing Effective Learning-BlueStreak Learning*.
<http://www.bluestreaklearning.com/pdf/DesigningEffectiveTraining.pdf>

Figuri

FIGURA 1. PRIMA PAGINĂ A SITE-ULUI.	110
FIGURA 2. TEST DE AUTOEVALUARE	111
FIGURA 3. ASCENSIUNEA NAZISMULUI	112

1.20. REVISTA ȘCOLARĂ –OBIECT CULTURAL ȘI PRODUS COMERCIAL

Prof. Cristina Dranca
Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir”
Suceava, România

Abstract

CAN THE SCHOOL MAGAZINE BE CONSIDERED AN “EXERCISE FIRM”?

Can the school magazine be considered an “exercise firm”? In order to respond while being fully aware of the subject in hand, it is necessary to acknowledge the meaning of the word “firm”. According to DEX 2009, a firm is “a unit of business”. In a way, the magazine, regardless of its nature, is a unit of business. It consumes and it produces. It needs human resources, intellectual and material ones. In a high school where Economy classes are in their prime and its main focus point, the magazine can be a way of initiating business, besides its symbolism as an element of culture in

the development of adolescents. The marketing objectives are the same obtaining the product and promoting it. A necessary entrepreneurial ability in order for the magazine to be a quality product is that of analysis of the life cycle that the product will undergo and the identification of the techniques which help promoting the product on the market. In this case, creative thinking becomes essential. The students that are working on producing the magazine need to have minimum knowledge of marketing. The domains vary: the definition of the product as the whole physical, chemical or of other nature elements, united as a whole which fulfills the following functions: the product's position-the way in which a product is defined by consumers based on important attributes: the rank it occupies in clients' minds in opposition to the competition's products, the way the product is perceived and the feelings surrounding it in opposition to the competition's, the utility and interests it rises, the components of the product (figure 1) life cycle (fig 2) ,promoting the product (all the actions that take place in order to inform and attract as many potential buyers through the products offered in order to satisfy their needs).

Knowing the techniques of promotion of the product, this case, the magazine, is a necessary act for its lifeline and lifetime. The main techniques which should be known by the people that promote the school magazine are: promotional gifts, games and competitions, prize giving, advertising at the place of selling. The advertisement is the main, tangible way of promoting a magazine, using, especially, techniques and audio-video methods (the engine of the economic life). Advertising is the way of attracting new clients and needs to be based on the AIWA principle (Attention, Interest, Wish, and Action).

As well, students need to know the elements of advertising: a) minces of expression, the most used being-the press, television, radio and so on; b) the advertising support: banner, flyer; c) advertising message, the idea that needs getting across; d) the motto: the synthesis of the message (5-8 words). In other words, the editorial offices take responsibility for the printing costs. For this, the staff needs to possess specific abilities of accountancy.

If we bear in mind the arguments above, we can positively answer to the question formulated in the beginning. Yes, the school magazine can and must be an “exercise firm” for future adolescents studying in a high school with an Economy profile.

Poate fi revista școlară considerată o „firmă de exercițiu”? Pentru a răspunde în cunoștință de cauză, este necesar să cunoaștem sensul lexemului „firmă”: *FÍRMA, firme, s. f. 1. Inscripție executată pe un zid, pe o placă etc., așezată la intrarea unui magazin, a unei întreprinderi etc. și pe care este indicată denumirea, destinația, caracterul acestora; p. ext. placă, panou cuprinzând această inscripție (adesea însoțită sau încadrată de motive și desene ornamentale, lumini etc.). 2. Numele sau denumirea sub care un comerciant este înmatriculat în registrul comerțului și sub care semnează; p. gener. termen generic pentru unități de afaceri, indiferent de forma juridică a acestora. – Din germ. Firma. (DEX 2009). Desigur, al doilea sens este cel care interesează în cazul de față. Așadar, firma este „o unitate de afaceri”. Într-un anumit sens, revista, indiferent de natura ei, este o unitate de afaceri. Ea consumă și produce. Are nevoie de resurse umane, intelectuale, dar și materiale. În consecință, nu este greșit să spunem că prin editarea revistei școlare ne inițiem în afaceri. Cu atât mai mult, într-un liceu cu profil economic, revista poate fi o formă de inițiere în afaceri, pe lângă latura ei de vector cultural în dezvoltarea adolescenților. Organigrama unei reviste școlare seamănă destul de mult cu cea a unei firme, indiferent de natura ei. De asemenea, obiectivele de marketing sunt aceleași: *obținerea și promovarea produsului*. În acest scop, elevii trebuie să fie capabili să definească produsul și să identifice forme de promovare. O altă abilitate antreprenorială necesară este aceea de *analiză a ciclului de viață a produsului și de identificare a tehnicilor de promovare*. În acest demers, esențială devine gândirea creativă. Elevii care lucrează la revistă trebuie să aibă cunoștințe minime de marketing. Aceste cunoștințe vizează: *definiția produsului* ca ansamblu de*

elemente fizice, chimice și de altă natură, reunite într-un tot unitar și care îndeplinesc anumite funcții; *poziția unui produs* - modul în care un produs este definit de consumatori pe baza atributelor importante: locul pe care îl ocupă în mintea clienților în raport cu produsele concurenților, percepțiile și sentimentele pe care consumatorii și le formează despre un produs în comparație cu produsele rivalilor, utilitatea și interesul pe care îl stârnește; *componentele produsului* (fig.1); *ciclul de viață* (fig.2); *promovarea produsului* (ansamblul de acțiuni efectuate cu scopul informării și atragerii cât mai multor potențiali cumpărători către produsele oferite prin satisfacerea trebuințelor lor). Cunoașterea tehnicilor de promovare a produsului, în speță revista, este esențială pentru durata ei de viață. Principalele tehnici pe care trebuie să le cunoască cei ce promovează o revistă școlară sunt: cadourile promoționale, jocurile și concursurile, acordarea de premii, publicitatea la locul vânzării. Reclama este forma concretă de realizare a publicității unei reviste, utilizând, în special, tehnici și metode audio-video (motorul vieții economice). Publicitatea este modalitatea de a atrage noi clienți și trebuie să aibă la bază principiul **AIDA** (Atenție, Interes, Dorință, Acțiune). De asemenea, elevii trebuie să cunoască elementele componente ale publicității: a) mijloacele de exprimare: mediile cele mai des folosite – presa, televiziunea, radioul etc.; b) suportul publicitar: banner, pliant etc.; c) mesajul publicitar: ideea ce se vrea transmisă; d) sloganul: sinteza mesajului (5-8 cuvinte).

În altă ordine de idei, echipa de redacție își asumă responsabilitatea privind costurile editării revistei. Pentru aceasta membrii echipei trebuie să posede competențe specifice de contabilitate: cheltuieli, venituri, elemente de activ și pasiv, gestiune economică, bilanț economic și documente justificative. Și nu în ultimul rând, cunoștințele de management pot face ca echipa să lucreze eficient și să realizeze un produs de calitate.

Dacă avem în vedere argumentele expuse mai sus, putem răspunde afirmativ la întrebarea din incipitul ipotezei enunțate. Da, revista școlară poate, și trebuie, să fie o „firmă de exercițiu” pentru viitorii absolvenți de liceu cu profil economic.

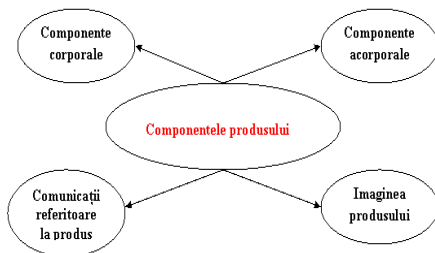


Fig.1

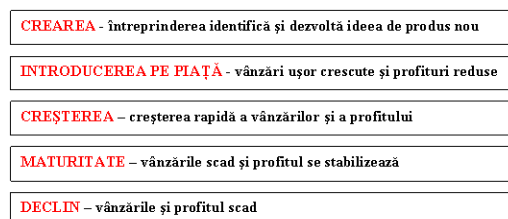


Fig.2

Anexă : Proiect educațional

A. DENUMIREA PROIECTULUI –Revista școlară –obiect cultural și produs comercial

a. Titlul :*Zile de poveste. Zi-le de poveste!*

b. Tipul de educație în care se încadrează : Educație pentru dezvoltare personală

c. Tipul de proiect :municipal

B. APLICANTUL

- Coordonator proiect: prof. Cristina Dranca, Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava,

- **Experiența în domeniul proiectului :** Experiența în domeniul presei scrise, 15 ani de activitate în proiectul de editare a revistei școlii *Repere*, coordonarea *Clubului EcoArt*, derularea unor activități de teatru școlar, ne îndeamnă la inițierea unui demers nou pentru școala noastră, și anume revista literară.

C. CONTEXT.

Proiectul vine în sprijinul dezvoltării la elevi a unor competențe de comunicare artistică. El izvorăște din nevoia de a asigura elevilor un cadru organizat de derulare a unor activități de tip jurnalism literar. Implicarea în prezentarea creațiilor literare ale elevilor școlii, prin tehnici jurnalistice, este o modalitate de organizare a învățării constructive, creative, ce încurajează interdisciplinaritatea și transdisciplinaritatea, precum și învățarea centrată pe elev. Elevii vor fi motivați să se angajeze responsabil în derularea proiectului, să-și urmeze propriile interese de învățare, să caute răspunsuri la întrebări și să decidă cum să rezolve problemele ivite. Astfel, își vor forma abilități de lucru în echipă, necesare în lumea reală.

Rolul cadrului didactic va fi acela de antrenor, care intervine, dirijează, când este cazul. Ne propunem să implicăm mai multe forțe în derularea proiectului (scriitori, membri ai comunității locale, părinți), în vederea realizării unei cooperări educaționale care să dezvolte relațiile dintre școală și comunitatea locală.

D. DESCRIEREA PROIECTULUI :

Scopul:

- însușirea tehnicilor de redactare a revistei literare;
- exprimarea directă și liberă a opiniilor personale și de grup;
- consolidarea și promovarea spiritului de echipă;
- stimularea creativității elevilor;
- implicarea în activități extracurriculare.

Obiective:

Elevii vor fi capabili:

- să se implice în viața școlii și a comunității;
- să dezvolte abilități de a gândi critic, de a analiza și rezolva probleme;
- să știe să evalueze informația culeasă;
- să dezvolte spirit de echipă;
- să valorifice selectiv creațiile literare ale elevilor școlii.

Grupul țintă este format din elevii școlii, ca beneficiari direcți și cadre didactice, părinți, comunitatea locală, ca beneficiari indirecti. În proiect vor fi implicați, cel puțin, 20 elevi din clasele IX-XI.

Durata: 12 luni

Conținutul proiectului: fișa de înscriere în proiect, regulamentul proiectului, planul de activități, instrumente de monitorizare a participării la activități.

Calendarul activităților: activități în grup-săptămânal ;
activități individuale-permanent;

Forme de organizare: ateliere de lucru, prelegeri, interviuri, activități în teren, simpozioane.

Rezultate: revista literară *Zile de poveste. Zi-le de poveste!*

Resurse umane: 20 elevi, 2 profesori, invitați.

Parteneri: ISJ Suceava, Asociația profesorilor și părinților din Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava.

E. SUSTENABILITATEA PROIECTULUI

Proiectul este sustenabil pe termen lung deoarece resursele umane sunt disponibile, iar pentru cele materiale există posibilitatea de atragere de sponsorizări, donații.

F. BUGETUL PROIECTULUI

Surse de finanțare: Asociația profesorilor și părinților din Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava.

Buget total: 500 lei

1.21. INTERDISCIPLINARITATEA-EXERCİTIU DE ÎNVĂȚARE EFICIENTĂ

Prof. Dranca Bogdan Mihai
Colegiul Național „Ștefan cel Mare”
Suceava, România

Abstract

Lately, the reshaping of the Romanian studying system has led to beneficial changes as far as the Curriculum is concerned through which the interdisciplinary perspective is brought to light. Modern society needs people that think in a way that favours interdisciplinarity, people that can pass easily from one domain to another. An interdisciplinarian study system guides the student through his progression of acknowledging the universe as a whole, during his action of absorbing the fundamental values of humanity.

The interdisciplinary way of thinking towards studying has as a base the idea that no subject studied should be a closed domain, in contrary, there should be links created between the subjects. Starting from this concept, we can interpret a didactic interdisciplinary progression as "an efficient studying exercise".

Through an interdisciplinary activity, the student understands the causes with much ease as well as the effects of historical events. History lessons allow the use of the accumulated information provided by subjects such as Romanian, Geography, Mathematics, Physics, Chemistry, Religion, Economy, Entrepreneurial Education and others...

Interdisciplinarity as a way of evaluation of the knowledge and habits of students is reflected in the portfolios that they make which can contain drawings, schemes, diagrams based on the analysis of photographs, texts, maps, interviews and others.

Interdisciplinarity means the transfer of methods from one subject to another, a transfer with different degrees of implications or endings. It appears as the necessity of overcoming the limits that create knowledge. Why is it necessary to use interdisciplinarian ways of studying? Because it offers the whole picture regarding aspects that are separately analysed.

Interdisciplinarian teaching focuses on multiple aspects regarding the development of the child: intellectual development, emotional, social, physical and esthetical.

Interdisciplinarity assures the systematical and progressive formation of a general culture, necessary to the student in order for him to relate with his peers so that he can overcome all the learning steps, as a result, learning all his life in the same manner.

*In the following lines, we are presenting a possible interdisciplinary way of analyzing a History lesson, whose title is "**Religion and Modernism. The religious fundament**". The lesson can*

be taught together with the Religion teacher. Considering the content of such a lesson, we can observe that the interdisciplinary teaching of this theme is appropriate, but not mandatory.

So, for the progress of the Romanian studying system, the interdisciplinary teaching is an essential condition. Adding and correlating all knowledge from different subjects contributes substantially to the education of students, to the flexibility of mind, to the capacity of applying knowledge into practice. Interdisciplinarity systemizes and settles knowledge in a superior manner, a subject helps another to be better understood and the possibilities of correlation of knowledge between the subjects are endless.

În ultima vreme, reforma învățământului românesc a dat naștere unor schimbări benefice la nivelul curriculumului, între care se distinge perspectiva interdisciplinară.

Societatea contemporană are nevoie de oameni care să gândească interdisciplinar, care să treacă cu ușurință de la un domeniu la altul. Un învățământ interdisciplinar îl ghidează pe elev în demersul său de cunoaștere a universului în ansamblu, în acțiunea sa de asimilare temeinică a valorilor fundamentale ale umanității.

Abordarea interdisciplinară a învățării are ca suport ideea că nici o disciplină de învățământ nu constituie un domeniu închis, ci se pot stabili legături între discipline. Pornind de la această premisă, putem interpreta un demers didactic interdisciplinar ca fiind un „exercițiu de învățare eficientă”.

Printr-o activitate interdisciplinară, elevul înțelege mai ușor cauzele, dar și efectele unor evenimente istorice. Lecțiile de istorie permit utilizarea cu succes a cunoștințelor acumulate în cadrul orelor de limba și literatura română, geografie, matematică, fizică, chimie, religie, economie, educație antreprenorială etc.

Cunoștințele elevilor de la orele de geografie facilitează înțelegerea noțiunii de mediu geografic al anumitor popoare. De exemplu, elevii sunt solicitați să arate pe hartă diferite zone geografice. În scopul unei evaluări profunde a cunoștințelor istorice și geografice ale elevilor se pot practica unele călătorii geografice imaginare.

Studiul vieții economice a țărilor lumii presupune utilizarea cunoștințelor elevilor de la discipline precum: economie, educație antreprenorială, geografie.

De asemenea, profesorul de istorie valorifică deprinderile elevilor de a genera un text, exersate la limba și literatura română, tehnicile de argumentare etc.

Deprinderile de analiză a unui text și de formulare a întrebărilor, formate la orele de limba română, se perfecționează și la lecțiile de istorie când propunem elevilor metoda “exploziei stelare”.

De multe ori profesorul de istorie face apel la cunoștințele căpătate la lecțiile de literatură română despre cronicile lui Grigore Ureche, Miron Costin, Ioan Neculce, romanele lui Mihail Sadoveanu, poeziile lui G. Coșbuc, literatura pașoptistă, curente culturale etc. Aceste cunoștințe facilitează înțelegerea contextului cultural al desfășurării unor evenimente istorice, trezesc emoții pozitive, favorabile procesului de învățare.

Cunoștințele acumulate la orele de biologie sunt extrem de folositoare în cadrul studierii anumitor teme, spre exemplu „Originea omului”.

În investigație, elevii pot cerceta diverse izvoare privind apariția omului – Biblia, manuale de biologie (teoria evoluționistă darwinistă), informații selectate din mass-media iar apoi, în cadrul orei de istorie, se pot organiza dezbateri cu referire la acest subiect.

Fizica este o disciplină de studiu la care se poate apela pentru a explica elevilor principiile de funcționare a unor utilaje. Pentru a înțelege cauzele progresului economic datorită apariției motorului cu ardere internă, se poate vorbi despre principiul de lucru al acestuia, comparându-l cu principiul de

lucru al motorului cu abur, sau se pot explica, cu ajutorul elevilor, anumite noțiuni fizice, cum ar fi reflexia, pentru a înțelege frumusețea vitraliilor sau a mozaicului.

Interdisciplinaritatea, ca modalitate de evaluare a cunoștințelor și deprinderilor elevilor, se reflectă în portofoliile acestora care pot cuprinde desene, scheme, diagrame alcătuite de elevi în baza analizei textelor, fotografii, hărți contur, interviuri etc.

Interdisciplinaritatea înseamnă și transferul metodelor dintr-o disciplină într-alta, transfer cu grade diferite de implicare sau finalizare. Ea apare ca necesitate a depășirii limitelor creatoare de cunoaștere. De ce este necesară o abordare interdisciplinară a învățării? Pentru că ea oferă o imagine de ansamblu a lucrurilor care sunt analizate separat. Predarea interdisciplinară pune accent pe aspectele multiple ale dezvoltării copilului, dezvoltare intelectuală, emoțională, socială, fizică și estetică.

Interdisciplinaritatea asigură formarea sistematică și progresivă a unei culturi generale, necesare elevului pentru relaționarea cu semenii, pentru parcurgerea cu succes a treptelor următoare în învățare, pentru învățarea pe tot parcursul vieții.

În acest context, G. Văideanu afirmă că interdisciplinaritatea „implică un anumit grad de integrare între diferitele domenii ale cunoașterii și între diferite abordări, ca și utilizarea unui limbaj comun permițând schimburi de ordin conceptual și metodologic”.

Prezentăm în continuare o posibilă abordare interdisciplinară a unei lecții de istorie cu titlul: **Religie și modernitate. Fundamentalismul religios.** Lecția poate fi predată împreună cu profesorul de religie. Conținuturile predate sunt următoarele:

1. Cronologie:

1905-în Franța are loc separarea religiei de stat;

1917-în Rusia are loc instalarea regimului comunist care propagă ateismul;

1933-1945-distrugerea aproape completă a evreilor din Europa de către Germania nazistă;

1947-constituirea statului evreu;

1958-primul război civil în Liban dintre creștini și musulmani;

1967-Albania se proclamă primul stat ateist din lume;

1969-Biserica presbiteriană acceptă principiul hirotonosirii femeilor;

1978-2005-pontificatul papei Ioan Paul al II-lea;

1999-vizita Papei Ioan Paul al II-lea în România, prima vizită a unui papă într-o țară ortodoxă;

2001 –atacul terorist de la World Trade Center.

2. Religia și viața religioasă în lumea contemporană

În zilele noastre, trăiesc peste 2.1 mld. creștini (ortodocși, catolici, protestanți). Adepții religiei musulmane sunt aproximativ 1,5 mld și locuiesc în nordul Africii, vestul Asiei, Pakistan, Indonezia, Pen. Arabică. Hinduism -1 mld., budhism -376 milioane, religia tradițională chineză (animism, șamanism, taoism)- 394 milioane.

Iudaismul

Origine: Orientul Mijlociu

Este centrat în jurul unui singur Dumnezeu, „Yahve”

Cărți fundamentale: Tora, Cabala, Mishnah, Talmud

Mesajul: se afirmă existența lui Dumnezeu pe care omul trebuie să-L caute toată viața. Se afirmă și iubirea față de oameni și de dreptate. Omul trebuie să respecte poruncile lui Dumnezeu

Rugăciunea-permite fiecăruia să se regăsească în fața lui Dumnezeu. Ea se desfășoară în Sinagogă și este făcută numai de bărbați. Rabinul este îndrumătorul spiritual, el conduce serviciul religios.

Crestinismul

Este întemeiat pe învățătura și persoana lui Iisus Hristos.

Apare în același spațiu cu iudaismul .

Mesajul religios: iubirea față de semeni; baza: cele 7 taine: botezul, căsătoria, spovedania, mirungerea, împărtășania, hirotonisirea, maslul.

Liturgia creștină este alcătuită din ceremonii și rugăciuni ce au la bază liturgia iudaică. Semnul crucii este propriu creștinului. El amintește jertfa pe care Iisus Hristos o face pentru a-i mântui pe oameni.

Viața religioasă se desfășoară în Biserică.

În primele 3 secole ale existenței sale, este persecutat de împărații romani.

313-Edictul de la Milano- devine religie oficială a Imperiului Roman

Biserica trece printr-o criză în secolele VIII-IX- iconoclasm.

Islamul

Propovăduiește stăpânirea de sine și supunerea. Centrul religiei este Allah și profetul său Mahomed. Cartea sfântă este Coranul, mesajul lui Allah către profet. Este alcătuit din 114 sure (versete) și cuprinde cei 5 stâlpi ai credinței: mărturia de credință, rugăciunea, milostenia, postul și pelerinajul la Mecca.

Orașe sfinte: Mecca și Medina.

Există mai multe orientări în islam: sunniții și șiiții.

Astăzi, se vorbește tot mai mult despre Fundamentalismul Islamic, ca modalitate de căutare a identității pornind de la izvoarele credinței.

Budismul

Susține că totul este suferință în jurul oamenilor iar aceștia trebuie să se elibereze de ea.

Apare în India în secolele VI-V î. Hr.

Este întemeiat de Buddha și are la bază “ cele 4 adevăruri sfinte”:

Universalitatea suferinței .

Sursa suferinței sunt plăcerile .

Oamenii se pot elibera de suferință prin Nirvana.

Abținerea de la fapte urâte și minciună pentru atingerea Nirvanei.

Adepții budismului trăiesc în special în India, China sau Japonia.

În condițiile globalizării se constată intensificarea dialogului dintre religii, care este facilitat de posibilitatea de recunoaștere reciprocă prin mijloacele moderne de comunicare. Libertatea religioasă este recunoscută azi în cea mai mare parte a lumii, dar mai sunt locuri în care acest drept fundamental al omului este încălcat.

Având în vedere conținuturile mai sus menționate, se poate lesne observa că predarea interdisciplinară a acestei teme este oportună, dacă nu chiar obligatorie.

Așadar, pentru progresul învățământului românesc, predarea – învățarea interdisciplinară este o condiție esențială. Corelarea cunoștințelor de la diferitele discipline de învățământ contribuie substanțial la realizarea educației elevilor, la formarea și dezvoltarea flexibilității gândirii, a capacității lor de a aplica cunoștințele în practică. Interdisciplinaritatea fixează și sistematizează mai bine cunoștințele, o disciplină o ajută pe cealaltă să fie mai bine înțeleasă, iar posibilitățile de corelare a cunoștințelor dintre diferitele discipline de învățământ sunt nelimitate.

Bibliografie

1. Pălășan, Toader; Crocnan, Daniel Ovidiu; Huțanu, Elena - *Interdisciplinaritatea și integrare – o nouă abordare a științelor în învățământul preuniversitar*, în Revista Formarea continuă a C.N.F.P. din învățământul preuniversitar, București, 2003
2. Stanciu, Mihai – *Reforma conținuturilor învățământului*, Iași, Polirom, 1999• Văideanu, George – *Interdisciplinaritate*, U.N.E.S.C.O. , 1975
3. Cucuș, Constantin, *Pedagogie*. Iași: Editura Polirom, 1996.

1.22. INOVAȚIE ȘI CREATIVITATE ÎN DEMERSUL DIDACTIC LA CLASĂ

prof. Filiche Carmen
prof. Calmuc Gina Evelina
Liceul Teoretic „M. Eminescu”
Bârlad, jud. Vaslui, România

Abstract

The school, however it would be organized, no matter how rich would have content knowledge that you communicate the student, may not give satisfaction to the star of courage, and creative inquiry specific traits of children. They need action to broaden their spiritual world, to fulfill the thirst of knowledge, to provide occasions to broil strong, being able to search out themselves to form beliefs.

"Scholastic Competitions have the overall objective of promoting ideas of competition and performance in the subjects of the study referred to in the school curriculum and is aimed at students with skills, inclinations and interests for the fields and disciplines studied."

(From the General Rules of the school Olympics).

School contests-are a way to pique the interest of the curriculum the student for having different curricula, at the same time, a major and vocational guidance to the students, making them known to all the opportunities they have.

School competitions give students the opportunity to demonstrate in practice what they have learned at school and at home. Annually it organizes thousands of contests, and the majority of students taking part in them.

Our high school participates every year in a number of local competitions, county, national and international.

*Given our specialization, specialists in economics, our students confirm participation in the national competition on issues of consumer protection, **CHOOSE! IT'S YOUR RIGHT** ", organized by the National Authority for Consumer Protection together with the Ministry of National Education and Scientific Research and the School Inspectorate of Bucharest.*

*Contest, **Choose! IT'S YOUR RIGHT** "can provide the best source of motivation, causing students to study in depth and to obtain better results at school. If held in a pleasant manner, will boost the spirit of competitiveness, giving the student the opportunity to integrate into different groups to carry out the work and the opportunity to more easily assimilate knowledge.*

This contest has been designed with the aim of forming generations of consumers aware of their legitimate rights. At the time that young people learn about their rights as consumers, they will know how to choose between products and services on the market on those that best match their interests.

At the same time, they will know how to refer to the economic operator and the abuses will know to seek quality, refusing to buy products labeled inadequate or correctly.

Therefore, we can say that this contest along with many other competitions, regardless of their field or the prize offered greatly stimulates the imagination and thinking, provides much needed motivation in learning and help develop the talents, skills and knowledge aiming at forming both professionally and personally.

Scoala, oricât de bine ar fi organizată, oricât de bogat ar fi conținutul cunoștințelor pe care le comunicăm elevului, nu poate da satisfacție setei de investigare și cutezanță creatoare, trăsături

specifice copiilor. Ei au nevoie de acțiuni care să le lărgească lumea lor spirituală, să le împlinescă setea de cunoaștere, să le ofere prilejuri de a se emoționa puternic, de a fi în stare să iscodească singuri pentru a-și forma convingeri durabile.

Concursul presupune confruntare, întâlnire și concurență între elevi ce cred a avea o anumită competență într-o direcție a formării. Concursul este o etapă inițială de evaluare și are un caracter pronunțat selectiv. El joacă un rol prognostic și de decizie, privind traseul ulterior al elevului. Concursul are un caracter predictiv. Probele de concurs apelază la relevarea unor cunoștințe acumulate în domeniul specialității tehnologice sau domeniul conexe al protecției consumatorului, care au valoare operațională pentru profilul servicii (economic, turism și alimentație), aptitudini și interese și abilități.

"Concursurile școlare au ca obiectiv general promovarea ideilor de competiție și performanță a studiului la disciplinele prevăzute în curriculumul școlar și se adresează elevilor cu aptitudini, înclinații și interese deosebite pentru domeniile și disciplinele studiate". (Din Regulamentul general al olimpiadelor școlare)

Concursurile școlare - sunt o metodă extrașcolară de a stârni interesul elevului pentru diferite arii curriculare având, în același timp, o importanță majoră și în orientarea profesională a elevilor, făcându-le cunoscute toate posibilitățile pe care aceștia le au. Concursurile școlare oferă elevilor posibilitatea de a demonstra practic ceea ce au învățat la școală și acasă.

Participanții acestor concursuri sunt puși într-o continuă competiție, încercând atât să iasă în evidență în domeniul respectiv cât și să obțină "premiul cel mare". Însă ce oferă cu adevărat aceste concursuri nu numai câștigătorilor dar tuturor participanților este o sursă inepuizabilă de motivație care le oferă copiilor dorința de aprofundare și perfecționare într-un domeniu anume.

Anual se organizează mii de concursuri, iar majoritatea elevilor iau parte la acestea. Liceul nostru participă an de an la o serie de concursuri locale, județene, naționale și internaționale. Dat fiind specializarea noastră, de specialiști în științe economice, elevii noștri confirmă participarea la Concursul național pe teme de protecția consumatorilor, „ALEGE! ESTE DREPTUL TAU”, organizat de Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor împreună cu Ministerul Educației Naționale și Cercetării Științifice și Inspectoratul Școlar al Municipiului București.

Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorului este instituția unitară, ea având în fiecare județ, oficii, putând astfel monitoriza activitatea de protecție a consumatorului de pe întreg teritoriul al țării.

Consumatorul este cel mai important rol în mecanismul de piață deoarece este purtătorul cererii de mărfuri având în felul acesta influența directă asupra produselor și a comercianților. Opțiunile consumatorului sunt influențate de aspectele economice -educaționale și de siguranța sănătății.

Acest concurs ajută să educăm elevii - consumatori din România să devină cu adevărat consumatori europeni. Să reușim să schimbăm mentalitatea consumatorului român din consumator pasiv în consumator activ adoptând o nouă atitudine.

Educarea consumatorilor tineri este privită ca un aspect esențial al societății de azi. Tinerii sunt viitorii consumatori activi de bunuri și produse și din acest motiv este extrem de important ca ei să înțeleagă drepturile lor și să aibă capacități de a exercita aceste drepturi de la vîrstă tînără.

Scopul concursului este de a sensibiliza tînăra generație în vederea aplicării drepturilor consumatorilor, contribuind la transformarea profilului unui consumator pasiv la unul activ.

Dacă profilul consumatorului activ, informat și dispus să-și apere drepturile va prevala ca model de comportament, societatea noastră va avea numai de câștigat. În momentul în care tînărul învață despre drepturile sale de consumator, el va ști să aleagă dintre produsele și serviciile de pe piață pe cele care corespund cel mai bine intereselor lui. El va ști să sesizeze abuzurile comercianților și va ști să ceară calitate, refuzînd să cumpere produse de proastă calitate sau etichetate necorespunzător.

Concursul „ALEGE! ESTE DREPTUL TAU” poate oferi cea mai bună sursă de motivație, determinând elevii să studieze în profunzime și să obțină rezultate mai bune la școală. Dacă este organizat într-o manieră plăcută, va stimula spiritul de competitivitate, oferindu-i elevului prilejul de a se integra în diferite grupuri pentru a duce la bun sfârșit munca, precum și ocazia de a asimila mult mai ușor cunoștințele.

Acest concurs a fost gândit cu scopul de a forma generații de consumatori conștienți de drepturile lor legitime. În momentul în care tinerii învață despre drepturile lor în calitate de consumatori, ei vor ști să aleagă dintre produsele și serviciile de pe piață pe cele care corespund cel mai bine intereselor lor. Totodată, ei vor ști să sesizeze abuzurile operatorului economic și vor ști să ceară calitate, refuzând să cumpere produse necorespunzătoare sau neetichetate corect.

Concursul s-a bucurat de succes în rândul elevilor și al profesorilor încă de la început, crescând în fiecare an ca dimensiune și ca număr de participanți.

Elevii merg la acest concurs în primul rând din drag de discipline tehnice, dar sunt și alte motive. Este vorba de o competiție cu ei înșiși și apoi cu restul colegilor de generație, și de fapt toate se însumează în a-și urma visul.

Nu trebuie să uităm că, indiferent de vârsta noastră, de funcțiile noastre, la rândul nostru suntem consumatori. Trebuie să ne cunoaștem drepturile în calitatea noastră de consumator.

Scopul acestui concurs de educare și conștientizarea tânărului consumator asupra drepturilor și intereselor sale legitime este susținut de:

valorificarea interesului pentru domeniul protecției consumatorului. Pregătindu-se pentru un concurs, elevul are ocazia să afle o mulțime de lucruri noi, pe care poate nu le-ar fi aflat dacă nu ar fi participat la competiție. De asemenea, pregătirea pentru acest concurs îl poate orienta pe elev către o viitoare carieră, învățarea unor lucruri sau abilități noi.

În afară de informațiile noi despre domeniul protecției consumatorului pentru care se pregătește, copilul învață să își organizeze timpul, să facă față unei competiții și învață valoarea efortului și disciplinei. Pregătindu-se pentru acest concurs, elevul are ocazia să învețe ce înseamnă perseverența, răbdarea și responsabilitatea.

Testarea cunoștințelor asimilate. Acest concurs școlar este o modalitate de a verifica nivelul de pregătire la care se află elevul.

Învață să facă față eșecului. Un rezultat slab la acest concurs sau ratarea unui loc pe podium pot fi ocazii de a învăța să facă față eșecului. Deși pare paradoxal, un eșec poate fi o lecție mai importantă pentru elev decât un succes. A gestiona stările emoționale care apar în astfel de momente, a nu renunța și a identifica factorii care au dus la un rezultat slab sunt abilități care îl vor ajuta atunci când se va confrunta cu alte situații dificile.

Creșterea stimei de sine. Atunci când participarea la concurs se încheie cu un rezultat bun, elevul învață să aibă încredere în sine și descoperă că și-a depășit limitele. Toate acestea contribuie la creșterea stimei de sine.

Concursul școlar mai stimulează spiritul de inițiativă, abilitățile sociale și de comunicare, imaginația și le oferă o nouă oportunitate de a asimila cunoștințe noi în domeniul protecției consumatorului.

Elevii trebuie să fie îndrumați să dobândească: o gândire independentă, nedeterminată de grup, toleranță față de ideile noi, capacitatea de a descoperi probleme noi și de a găsi modul de rezolvare a lor și posibilitatea de a critica constructiv. Înainte de toate, este însă important ca profesorul însăși să fie creativ.

Pentru a obține rezultate bune și foarte bune este necesară o pregătire susținută, este nevoie de multă muncă zilnică, un efort care înseamnă perseverență și continuitate. Toate acestea nu se pot realiza fără implicarea elevilor dar și al profesorilor coordonatori, al căror rol este esențial pentru că reușita se obține doar împreună.

Prin urmare, putem afirma că acest concurs alături de multitudinea de alte concursuri, indiferent de domeniul lor sau premiul oferit stimulează foarte mult imaginația și gândirea, oferă motivația atât de necesară în procesul de învățare și ajută la dezvoltarea talentelor, abilităților și cunoștințelor urmărind formarea atât din punct de vedere profesional cât și personal.

Concursurile școlare contribuie la gândirea și completarea procesului de învățare, la dezvoltarea înclinațiilor și aptitudinilor școlarilor, la organizarea rațională și plăcută a timpului lor liber. Având un caracter atractiv, copiii participă într-o atmosferă de voie bună și optimism, cu însuflețire și dăruire. Potențialul larg al acestora este generator de căutări și soluții variate. Succesul este garantat dacă ai încredere în imaginația, bucuria și în dragostea din sufletul elevilor, dar să îi lași pe ei să te conducă spre concursuri frumoase și valoroase.

Concursurile școlare sunt o componentă educațională valoroasă și eficientă, căreia orice cadru didactic trebuie să-i acorde atenție, adoptând el, în primul rând, o atitudine creatoare atât în modul de realizare a activității, cât și în relațiile cu elevii, asigurând astfel o atmosferă relaxantă, care să permită stimularea creativă a elevilor. Multitudinea concursurilor școlare oferite crește interesul copiilor pentru școală și pentru oferta educațională. În concluzie, cadrul didactic poate face multe pentru educarea spiritului creativ în cadrul acestora. Dar se vede necesitatea de a modifica destul de mult modul de gândire, să evite critica în astfel de concursuri, să încurajeze elevii și să realizeze un feedback pozitiv.

Concursurile școlare sunt apreciate atât de către copii, cât și de factorii educaționali în măsura în care: valorifică și dezvoltă interesele și aptitudinile copiilor; organizează într-o manieră plăcută și relaxantă timpul liber al copiilor, contribuind la optimizarea procesului de învățământ; formele de organizare sunt dintre cele mai ingenioase; participarea este liber consimțită, necondiționată, constituind un suport puternic pentru o activitate susținută; au un efect pozitiv pentru munca desfășurată în grup; creează un sentiment de siguranță și încredere tuturor participanților; urmăresc lărgirea și adâncirea influențelor exercitate în procesul de învățământ; contribuie la dezvoltarea armonioasă a copiilor.

1.23. UTILIZAREA INSTRUMENTELOR TIC ÎN DEMERSUL DIDACTIC LA CLASĂ

Prof. Foit Ecaterina Daniela
Colegiul Economic “Dimitrie Cantemir”
Suceava, România

Abstract

Currently, the improvement of computing and communication technologies is strongly reflected in the education system, generating new opportunities for realization of teaching in the classroom by introducing ICT in teaching and learning or to perform various extracurricular activities.

Because of this reason, an increasing emphasis has been placed lately on the direct use of the computer and the Internet in teaching, assessment and during laboratory works.

The use of ICT in education leads to shifting the focus from a teacher-centered learning environment to a student-centered one.

The teacher must pass from being a simple user of the applications or lessons to becoming a creator of interactive learning materials.



Most experts believe that we should not ask ourselves if training is improved through the use of computers, but how we can better use the unique qualities of computers in education.

The expansion of the Internet has brought a stunning diversification of educational offerings, so that the Internet became a huge reservoir of information.

The education on the Internet aims at transforming the space WWW into a veritable "vehicle for training", with various educational materials which are accessible online: software tools dedicated to training, teaching materials, electronic textbooks, links to other educational resources etc.

The educational field is privileged in terms of quantity, variety and accessibility of information, for several reasons:

- *There are many government programs, European programs etc. to support the modernization of education;*
- *There are a variety of educational projects which have received funding to promote access to education and collaboration between institutions;*
- *Any educational institution shall promote the educational offer, bringing various examples. So, on the sites of prestigious universities and of the high schools are numerous courses, labs or prepared lessons of different teachers, projects undertaken by pupils or students and in the case of institutions with online courses there are different demonstration courses.*

In addition, many educational materials are available on the websites of institutions (NASA, INRIA), media outlets (Discovery, BBC), companies which support education (Microsoft, IBM, Oracle, CISCO) etc.

In order to assess students' knowledge and to generate a wide range of interactive tests, we can download the QuizFaber application, free of charge, from the website of Luca Galli: <http://www.lucagalli.net/>.

After the tests were created with the applications QuizFaber as HTML documents, we can publish the tests on the Internet or on a local area network or we can save and run the tests on any personal computer, even if it is not connected to a network.

Therefore, the use of ICT tools in the teaching approach in class motivates students to learn with more pleasure and makes the information submitted to them more accessible.

În prezent, perfecționarea tehnicii de calcul și a tehnologiilor de comunicare se reflectă puternic în sistemul de învățământ, generând noi posibilități de realizare a demersului didactic la clasă, prin introducerea instrumentelor TIC în procesul de predare-învățare sau pentru a realiza diverse activități extracurriculare.

S-a constatat de-a lungul anilor că învățarea prin metode clasice este uneori greoaie, fără rezultate prea bune și, de cele mai multe ori, se consumă foarte mult timp atunci când se dorește atingerea unui nivel acceptabil al performanței școlare.

De aceea, în ultimul timp, se pune un accent tot mai mare pe *utilizarea* nemijlocită a calculatorului și a Internet-ului în procesul predării, evaluării și pe timpul lucrărilor de laborator.

Astfel, învățământul virtual oferă noi oportunități de instruire și de comunicare, devenind tot mai popular.

Utilizarea mijloacelor TIC în învățământ conduce la deplasarea accentului de la un mediu de învățare centrat pe profesor la unul centrat pe elev, în care profesorii nu mai reprezintă sursa-cheie de informație și de transmitere a cunoștințelor, ci sunt colaboratori ai elevilor, iar elevii nu mai sunt receptori pasivi de informație, ci se implică activ în propria lor educație.

De asemenea, profesorul trebuie să treacă de la stadiul de simplu utilizator al unor aplicații sau lecții, la stadiul de creator de material didactic interactiv.

Fie că materialul construit va fi de sine stătător sau integrat într-un sistem de e-learning, creatorul de material didactic modern va trebui să apeleze, în cele mai multe cazuri, la tehnologiile Web ca vehicul pentru mesajul didactic.

Însă, pentru a fi eficiente, mijloacele TIC trebuie combinate cu tehnologii și metode tradiționale, astfel încât să conducă la îmbunătățirea calității actului de predare și de învățare, la partajarea cunoștințelor și a informației, la obținerea unui grad sporit de flexibilitate a învățământului pentru a răspunde necesităților sociale concrete, la scăderea costului educației și la îmbunătățirea eficienței sistemului de învățământ.

Majoritatea specialiștilor consideră că nu trebuie să ne întrebăm dacă instruirea se îmbunătățește prin utilizarea calculatoarelor, ci cum putem utiliza mai bine calitățile unice ale acestora, care le deosebesc de alte medii: interactivitatea, precizia operațiilor efectuate, capacitatea de a oferi reprezentări multiple și dinamice ale fenomenelor și, mai ales, faptul că pot interacționa consistent și diferențiat cu fiecare elev în parte.

Astăzi, demersul didactic la clasă poate fi mai eficient dacă este însoțit de prezentări multimedia interactive – pentru a ilustra noțiunile prezentate, pentru a simula fenomene, experimente etc.

Pentru a sublinia rolul pozitiv al tehnologiilor informaționale în educație, putem urmări rezultatele psihiatrului William Glasser (prezentate în lucrarea “Control theory in the classroom”) despre măsura în care reținem informațiile întâlnite în diverse contexte:

- 10% din ce citim (un mediu virtual ne pune la dispoziție un material bogat de lectură - documentații, prezentări, mesaje de e-mail sau de pe forumul de discuții);
- 20% din ce auzim (materiale audio sub formă de tutoriale sau incluse în diverse teste online);
- 30% din ce vedem (pe lângă materialele video, un mediu educațional oferă o organizare vizuală atentă a tuturor informațiilor, care contribuie la reținerea mai facilă a acestora);
- 50% din ce auzim și vedem (videoconferințele oferă posibilitatea unor discuții în timp real);
- 70% din ce discutăm cu alții (un mediu virtual ne oferă multiple posibilități de participare la discuții cu profesorii sau colegii);
- 80% din ce experimentăm (majoritatea disciplinelor cer realizarea unor proiecte în care elevii / studenții să își valorifice cunoștințele și creativitatea);
- 95% din ce îi învățăm pe alții (aceasta presupunând o înțelegere clară și o bună organizare a ceea ce urmează a fi predat).

Expansiunea Internet-ului a adus cu sine o diversificare uimitoare a ofertei educaționale, astfel încât, Internet-ul a devenit un rezervor imens de informație.

Internet-ul și tehnologiile Web au pătruns în școala românească, fie prin inițiativele singulare ale profesorilor, fie prin programele Ministerului Educației și Cercetării Științifice (de exemplu, programul SEI – Sistemul Educațional Integrat) sau prin inițiativa unor firme și organizații de renume pe plan mondial (Academia CISCO, Oracle Academy, ECDL – Permisul European de Conducere a Calculatorului).

Învățământul pe Internet are ca scop transformarea spațiului WWW într-un veritabil „vehicul pentru instruire”, diversele materiale educaționale utilizate fiind accesibile on-line: instrumente software dedicate instruirii, materiale didactice, manuale electronice, legături spre alte resurse educaționale etc.

În cartea sa “Instrumente pentru E-LEARNING – Ghidul informatic al profesorului modern”, Mihaela Brut definește termenul de e-learning, astfel: “E-learning reprezintă interacțiunea dintre procesul de predare / învățare și tehnologiile informaționale - TIC (Information and Communication Technology – ICT) , acoperind un spectru larg de activități, de la învățământul asistat de calculator

(o combinație între practicile tradiționale și cele online de învățare) până la învățământul desfășurat în întregime în manieră online.”

Domeniul educațional este unul privilegiat din punctul de vedere al cantității, varietății și accesibilității informațiilor din mai multe motive:

- există o multitudine de programe guvernamentale, europene etc., de sprijinire a modernizării învățământului;
- există o varietate de proiecte educaționale care au primit finanțare pentru a promova accesul la educație și colaborarea între instituții;
- orice instituție educațională își promovează oferta educațională, aducând în sprijin exemple demonstrative. Astfel, pe site-urile universităților și liceelor de prestigiu se găsesc numeroase cursuri, laboratoare sau lecții pregătite de către profesori, proiecte realizate de elevi sau studenți, iar în cazul instituțiilor cu programe online se găsesc diferite cursuri demonstrative.

În plus, multe materiale educaționale se găsesc pe site-urile unor institute de cercetare (NASA, INRIA), instituții mass-media (Discovery, BBC), companii care sprijină educația (Microsoft, IBM, Oracle, CISCO) etc.

Există câteva mari tipuri de unelte de căutare disponibile pe Web, fiecare dintre ele oferind ceva oarecum diferit:

- motoarele de căutare – sunt folosite atunci când se dorește a se găsi o informație exactă;
- cataloagele Web – colecții de adrese Web grupate tematic, întreținute de o echipă de specialiști. Sunt utile atunci când se dorește parcurgerea atât a site-urilor populare, cât și de specialitate: Yahoo!, DMOZ Open Directory, Lycos, Kappa etc.;
- porțile către subiecte (gateways) – site-uri informative dintr-un anumit domeniu, cu un grad mare de control al calității. Grupează tematic adrese Web adăugate, descrise, indexate și clasificate de către experți. Selecția și aranjamentul acestor adrese Web sunt orientate spre un tip particular de audiență - de obicei, comunitatea academică. Porțile către subiecte sunt folosite atunci când avem nevoie de informații obținute din surse de încredere. De exemplu – The Resource Discovery Network (RDN - <http://www.rdn.ac.uk>) sau Education Virtual Library, întreținut de Charles Stuart University din Australia: [www.csu.edu.au / education / library.html](http://www.csu.edu.au/education/library.html);
- portalurile specializate - precum portalul SEI destinat profesorilor și elevilor din România (<http://portal.edu.ro>) sau portalul mobilității cercetătorilor din Europa ([http://europa.eu.int / eracareers](http://europa.eu.int/eracareers)),
- blog-uri și wiki-uri - site-uri tematice specializate în publicarea de noutăți, având un pronunțat caracter colaborativ.

Este de remarcat că, de multe ori, motoarele de căutare includ și un catalog Web (cum este cazul Google și Yahoo!).

De asemenea, se remarcă faptul că multe “detalii fine” ale Internet-ului sunt invizibile uneltelor de căutare, cum e cazul cataloagelor de bibliotecă, bazelor de date bibliografice, jurnalelor electronice sau altor colecții de documente.

În scopul evaluării cunoștințelor elevilor, pentru a genera o gamă variată de teste interactive, se poate descărca, gratuit, de pe site-ul lui Luca Galli: <http://www.lucagalli.net/>, aplicația QuizFaber. Această aplicație, cunoscută anterior sub denumirea de QuizMaker, a fost creată de către Luca Galli (începând cu anul 1997) și este foarte ușor de utilizat.

QuizFaber ne oferă posibilitatea de a crea ușor și rapid teste multimedia sub forma unor documente HTML, fără a avea nici un fel de cunoștințe anterioare de HTML sau JavaScript.

După ce testele au fost create cu ajutorul aplicației QuizFaber, acestea se pot publica pe Internet sau într-o rețea locală (cu protocol Intranet) sau chiar se pot salva și pot fi rulate pe orice calculator personal care nu este conectat în rețea.

Așadar, testele generate cu ajutorul aplicației QuizFaber pot fi salvate sub forma unor documente HTML care să fie apoi utilizate în cadrul soft-urilor educaționale, accesibile sau nu de pe Internet.

Cu ajutorul programului QuizFaber putem crea teste, având la dispoziție 6 tipuri de itemi, după cum urmează:

- itemi cu un singur răspuns corect
- itemi cu mai multe răspunsuri corecte
- itemi adevărat - fals
- itemi cu răspuns deschis
- itemi de completare a golurilor / spațiilor
- itemi de asociere.

Mai mult, aplicația ne lasă să introducem în întrebările din cadrul testului:

- imagini de fundal,
- sunete,
- înregistrări video,
- culori
- diferite tipuri de fonturi.

După alegerea itemilor, pentru rularea testelor se poate preciza:

- autorul testului,
- cerințele de identificare a celui testat,
- modul de afișare a întrebărilor în cadrul testului: câte o întrebare pe pagină sau afișarea tuturor întrebărilor,
- ponderea fiecărui item în notare,
- timpul de lucru (intervalul de timp în care trebuie realizat testul),
- posibilitatea de a se vedea după terminarea testului care sunt răspunsurile corecte și care sunt răspunsurile greșite,
- posibilitatea de revenire sau nu asupra rezolvărilor etc.

Utilizarea aplicației QuizFaber în scop didactic pentru elaborarea de teste on-line, poate aduce numeroase beneficii, cum ar fi:

- realizarea unei evaluări corecte, în care nu apare subiectivitatea evaluatorului;
- testarea uniformă a cunoștințelor prin aplicarea de teste tuturor elevilor de la un anumit profil;
- adăugarea de facilități multimedia extinse în cadrul itemilor;
- arhivarea răspunsurilor date de utilizatori și trimise prin e-mail sau salvate pe server, în vederea confruntării cu răspunsurile corecte;
- stimularea creativității profesorilor și încurajarea acestora în utilizarea tehnologiei informației și comunicațiilor în procesul didactic;
- posibilitatea utilizării aplicației de către elevi din mai multe unități școlare;
- verificarea interactivă și atractivă a cunoștințelor elevilor, cu reducerea timpului afectat corectării testelor;
- posibilitatea ca elevii să vizualizeze răspunsurile corecte, oferindu-le astfel șansa de a-și măsura gradul de asimilare a materiei studiate, de a se autoevalua chiar și în afara școlii și a programului școlar.

Folosirea acestui instrument TIC în evaluarea elevilor, permite verificarea interactivă și atractivă a cunoștințelor elevilor, cu reducerea timpului afectat corectării testelor și posibilitatea de a vizualiza atât răspunsurile corecte, cât și pe cele greșite.

Așadar, utilizarea instrumentelor TIC în demersul didactic la clasă îi determină pe elevi să învețe cu mai multă plăcere și fac ca informațiile transmise să fie mult mai accesibile acestora.

Bibliografie

- Brut, Mihaela – ”Instrumente pentru E-LEARNING. Ghidul informatic al profesorului modern”, Editura POLIROM, 2006
- Glasser, William – “Control theory in the classroom”, 1986

1.24. CARTEA- OBIECT CULTURAL

Secvență didactică

Prof. Ignat Elena
Colegiul Tehnic „Al. I. CUZA”
Suceava, România

Abstract

1. DIDACTIC GAME of identifying the constituents of a book (15 minutes)

Each student is requested to select from his/her personal collection of books the one that they consider it to be the most interesting and beautiful one and to explain the reason for choosing it.

Through this communication exercise the students will describe various criteria they used when choosing the books: the topic suggested by the contents, the author, the publishing house, the covers, the title, etc. The trainer has to classify each of these criteria emphasizing their individual characteristics.

2. DIDACTIC GAME of presenting / describing a book (10 minutes)

The trainer scatters on the floor some cards with various letters printed on them. The students are invited to listen to a song and to dance among the cards. The trainer decides the moment when he/she stops the music. That moment each student has to stop next to a card saying a title of a book whose name starts with the letter printed on the card next to him/her. If he/she read the mentioned book, then they have to present or describe the facts that impressed them most from that specific book, stirring other participants' interest in reading the book, too.

3. DIDACTIC GAME of presenting / describing the characters through mime (15 minutes)

The students start count downing and they memorize their number. The ones with an even number stand up and form a circle in the middle of the class. They have to mime their favorite character from a book they've read. The other students (who said an odd number) have to guess the character, the book and the author.

EVALUATION (25 minutes)

The trainer organizes a mini exhibition with different old and new books he/she has. Each student has to choose a book that he/she can browse for few minutes and then they make a review of it. The review goes on as long as the other participants identify as many necessary elements they need in order to organise an advertisement for the selected book.

At the end of the presentation they create 3 different advertisements for 3 different books of 3 different fields of interest.

CROSSCURRICULAR CONEXIONS

1. An appropriate environment is created for each student in order to help them freely express themselves and their feelings and to promote individual and teamwork.

2. The students' critical thinking is developed as the experienced games determine them to analyze various pronged approaches as well as to establish the precise evaluation criteria for each activity.

3. The interdisciplinary curriculum of the suggested games promote the students' ability to apply and to transfer knowledge in order to creatively solve emerged problems. By realizing these connections the students bridge the gap from the acquired information to the emotional participation in the activities and to the final product realization.

4. The interdisciplinary correlation between the Romanian language and literature and other school subjects of study is made by means of:

Vocabulary (terms specific to certain school subjects of study, phrases, grammar structures) which can be used in conversations starting with and from the discussed materials.

Texts (scientific, descriptive, historical, documantary, sayings, legends, quizzes, songs, poems). The word – seen as the core of literature – can therefore create visual, auditive, olfactive, tactile images. It is advisable for the students to have an individual reading in order to complete the tasks started at school during the study classes as well as their capitalization in the pages of the school newspaper.

The characters are used as participants within the lesson.

5. The tasks within the lesson help students develop their creative competence.

I. TIMP: 1,30 ore

II. NIVEL: 13- 14 ani

III. MATERIALE(formatori, formabili):

- diverse volume vechi sau noi din domenii diferite;
- cărțile cele mai frumoase din biblioteca fiecărui elev;
- pliante publicitare de la edituri, afișe ale unor expoziții și târguri de carte
- hârtie albă, creioane colorate, cartonașe (jetoane) cu litere.

IV. PRE- TESTARE (test docimologic):

I. Realizează, prin săgeți, corespondența între noțiune și definiția ei:

- | | |
|--------------------|---|
| ▪ Cartea | -este fața unei file |
| ▪ Manuscrisul | -sunt foile pe care autorul și-a scris opera |
| ▪ Cotorul | -este o scriere cu un anumit subiect,tipărită și legată în volum |
| ▪ Fascicula cărții | -este partea laterală din stânga,unde se lipesc sau se cos filele |
| ▪ Pagina | -sunt foile de hârtie care alcătuiesc cartea |
| ▪ Filele | -este parte a unei lucrări unice,publicată în etape |
| ▪ Coperta | -reprezintă învelișul protector al cărții |

II. Notează sinonime pentru cuvintele :

- cuprins : _____, _____

- prefață : _____, _____,

III. Definește termenii :

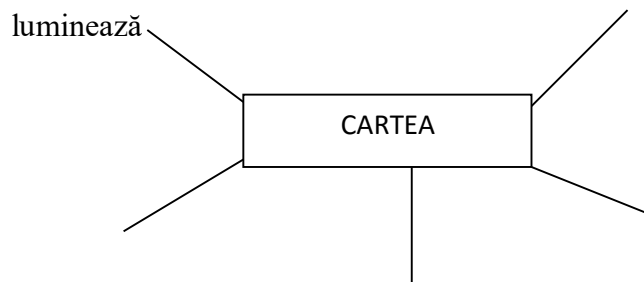
cuprins :

prefață :

IV. Completează enunțurile următoare cu noțiunile potrivite:

-cuprinde: numele autorului, titlul cărții, denumirea colecției sau a seriei, editura, ilustrația de copertă;
-este persoana care a creat opera cuprinsă în volum.
-este un cuvânt sau un grup de cuvinte sau un text așezat la începutul unei lucrări pentru a indica sugestiv tema sau conținutul acesteia.
-este o listă în care sunt indicate și corectate greșelile dintr-o carte.
-este o listă așezată la începutul sau la sfârșitul cărții, în care sunt enumerate capitolele și subcapitolele, titlurile textelor din carte, cu indicarea paginii respective.

V. Completează spațiile cu verbe referitoare la rostul cărții :



VI. Compune un *CVINTET* referitor la carte.

V1: precizează, printr-un substantiv, subiectul;

V2: utilizează două adjective pentru a descrie subiectul;

V3: scrie trei verbe referitoare la acțiuni proprii subiectului (de obicei, la gerunziu);

V4: notează patru cuvinte care să-ți exprime starea afectivă față de subiect;

V5: redă, într-un singur cuvânt, esența subiectului.

Ex. Cartea

surprinzătoare, incitantă

învățând, îndrumând, emoționând

Mă ajută în viață.
prieten

VII. Citește cu atenție textul următor:

Somnoroase păsărele de Mihai Eminescu

*Somnoroase păsărele
Pe la cuiburi se adună,
Se ascund în rămurele -
Noapte bună!*

*Doar izvoarele suspină,
Pe când codrul negru tace;
Dorm și florile-n grădină -
Dorm în pace!*

*Trece lebăda pe ape
între trestii să se culce -
Fie-ți îngerii aproape,
Somnul dulce!*

*Peste-a nopții feerie
Se ridică mândra lună,
Totu-i vis și armonie -
Noapte bună!*

(1883, în vol. *Poesii*)

JURNALUL CU DUBLĂ INTRARE

Transcrie, din textul citat anterior, un fragment care te-a impresionat mult.	Motivează alegerea făcută (ce ți s-a părut semnificativ, cum te-a făcut acest aspect să te simți, etc) Mimează sentimentul.
---	---

VI. OBIECTIVE INFORMAȚIONALE- CONȚINUTURI

1. Familiarizarea elevului cu universul cărții
2. Recunoașterea elementelor componente ale unei cărți
3. Identificarea structurii unui enunț (propoziție, frază)
4. Adaptarea enunțurilor la situația de comunicare
5. Utilizarea cărților ca sursă de cunoaștere

VII. OBIECTIVE LINGVISTICE:

1. Să selecteze elementele lexicale necesare situației de comunicare;
2. Să utilizeze posibilitățile de comunicare oferite de câmpul lexical/ familia lexicală
3. Să distingă specificul operei literare și raportul acesteia cu realitatea;
4. Să înțeleagă diferența dintre textul integral și fragmentul de text;
5. Să cunoască tehnicile de redactare a unui text.

VIII. STRATEGII DIDACTICE ȘI ACTIVITĂȚI (descriere pt. formatori și cerințe pentru formabili)

1. JOC DIDACTIC de identificare a componentelor unei cărți (15 minute)

Fiecărui elev i se cere să-și selecteze cea mai frumoasă carte din biblioteca personală și să prezinte în fața grupului criteriile pe care le-a avut în vedere pentru selecție.

Prin acest exercițiu de comunicare elevii vor prezenta diferite criterii după care putem alege cărțile: tematica abordată în conținuturi, autor, editură, copertă, titlu, etc. Formatorul trebuie să facă o clasificare a acestora evidențiind importanța fiecăruia.

2. JOC DIDACTIC de prezentare a unei cărți (10 minute)

Formatorul așează cartonașele (jetoanele) cu litere în mod aleatoriu pe jos. Elevii sunt invitați să meargă (să danseze) după ritmul unei muzici printre litere. Melodia folosită este aleasă de formator care decide și momentul în care oprește muzica. În acel moment fiecare elev trebuie să rămână în dreptul literei din imediata apropiere și să rostească titlul unei cărți care începe cu litera respectivă. Dacă a citit cartea poate prezenta și câteva idei care l-au impresionat pentru a stârni interesul colegilor spre lectură.

3. JOC DIDACTIC de prezentare a personajelor prin mimă (15 min)

Elevii rostesc câte un număr în ordine crescătoare pe care îl rețin. Cei care au spus un număr par se ridică și formează un cerc în mijlocul clasei. Fiecare trebuie să mimeze un personaj preferat. Colegii care au spus numere impare și au rămas pe scaune trebuie să identifice personajul, opera și autorul acesteia.

IX. EVALUARE (25 minute)

Formatorul realizează o miniexpoziție de carte din volumele vechi sau noi pe care le are la dispoziție. Fiecare elev trebuie să își aleagă o carte pe care o poate răsfoi câteva minute, apoi prezintă o recenzie a acesteia. Prezentarea recenziei continuă până când colegii identifică elementele necesare pentru realizarea unui pliant publicitar necesar în promovarea acelei cărți.

La sfârșitul prezentărilor se realizează 3 pliante pentru 3 cărți din 3 domenii diferite.

X. CONEXIUNI CROSSCURRICULARE

1. Se creează un mediu propice pentru ca fiecare elev să se exprime liber, să-și dea frâu liber sentimentelor, să lucreze în echipă și individual.
2. Se dezvoltă gândirea critică a elevilor deoarece jocurile propuse presupun analizarea direcțiilor de abordare, cât și stabilirea criteriilor de evaluare a activității.
3. Perspectiva interdisciplinară a jocurilor propuse creează la elevi abilitatea de a aplica și transfera cunoștințe spre a rezolva probleme în mod creativ. Prin realizarea de conexiuni la mai multe niveluri elevii trec de la acumularea de informații la participarea efectivă și la realizarea unor produse.
4. Corelarea interdisciplinară între limba și literatura română și celelalte discipline se realizează prin:
 - elemente de vocabular (termeni specifici diferitelor discipline, expresii, structuri gramaticale) ce pot fi folosite în cadrul conversațiilor ce pleacă de la materialele discutate;
 - texte (cu conținut științific, descriptiv, cu conținut istoric, cu valoare documentară, proverbe, legende, ghicitori, cântece, poezii). Cuvântul- ca materie primă în literatură- poate crea imagini vizuale, auditive, olfactive, tactile. Lectura explicativă este un mod de abordare a tuturor acestor categorii de texte. Lectura individuală se recomandă pentru completarea celor discutate în clasă și valorificarea ei în Revista Școlii la diverse rubrici.
 - personaje din texte sunt utilizate ca participanți în cadrul lecției.
5. Cerințele formulate dezvoltă creativitatea elevilor.

1.25. PROFILUL PROFESORULUI DE MATEMATICĂ

**Prof. Cătălina Isac,
Colegiul Economic “Dimitrie Cantemir”,
Suceava, România**

*“Calitatea este politețea profesorului.”
(proverb francez)*

Abstract

Each one of us had some really extraordinary teachers at some point in their life. They stimulated our interest for studies and they motivated us to give our best. They showed care and profound compassion for their pupils. Those are the teachers who pass onto their students their own passion for the disciplines they are teaching. In addition they demonstrate creativity and use their imagination to constantly improve their teaching until they reach perfection. As true professionals, they were indeed proud of their occupation.

Since Mathematics is one of the most challenging subjects, the mathematics' teacher has an essential role. They are flexible and keep an open mind to all proposed solutions. The teacher is selective in choosing an adequate teaching strategy, in evaluation or activity plans. They are capable of analysing their own activity and learn from their own mistakes; sustaining and promoting communication and cooperation among all pupils. Nevertheless, the teacher is concerned with developing oneself both professionally and intellectually.



The work of a mathematics teacher does not consist of only students accumulating knowledge or forming cognitive capacity, but also of helping them develop an intellectual approach towards the tasks given. The teacher will emphasize the multiple advantages that can be gained through studying mathematics. This course creates a work discipline; it develops logics and flexibility in thinking, and it also guides the student in forming realistic life expectations.

As any other teacher, the mathematics teacher must start with the idea that all the students have the ability to learn. This does not imply that the process of learning is easy and is always done with pleasure. The role of the teacher is to build bridges between what the students know, what they can do and what they are capable of achieving through learning. They stand alongside the student, helping them build up self-confidence and helping them progress through constant improving of oneself.

Furthermore, the mathematics teacher is trying to involve the student as much as possible in the teaching-learning activity, by taking into account students' suggestions when it comes to solving an exercise, therefore encouraging open communication. The teacher guides the students' conversations and tries to make them discover the simplest way to solve the problems, by either explaining or making them bring in arguments as to why a method should be preferred to another. Another task is developing the cognitive capacity of the pupils at the same time as learning to respect teaching itself, cultivating self-esteem, motivation, civic responsibility and respect and awareness of social differences, such as individual or cultural differences.

Moreover, a good mathematics teacher gives equal chances to all students. This does not mean the standardisation of the educational endeavour, but rather differentiating them as individuals in accordance to their own interest and aspirations. This also implies that the teacher must firmly stand against any discriminatory attitude and promote tolerance. All these activities enable the teacher to help develop a positive attitude towards mathematics in their students, while stimulating their interest to discover links between mathematics and other disciplines, as well as with the real life.

Last year, the Economics College took part as a pilot school in the posdru program "TEEN PERFORM"- an innovator program created to improve academic results during high school. The feedback from the participants was positive and the results obtained by our students at the National Baccalaureate exam were very good, with 90% of students passing their exams. This achievement was also possible due to the staff teaching talent. The teachers involved in the development and implementation of the project are experts in education.

In conclusion, the teachers' role is essential in attracting students towards learning, as well as in their professional and personal development.

Fiecare dintre noi își amintește, cu mare drag, de marii profesori care ne-au influențat viețile, ne-au stimulat interesul pentru studiu și ne-au învățat cum să dăm tot ce e mai bun din noi. Ei au demonstrat grijă și dragoste profundă pentru elevii lor. Au transmis pasiunea pentru disciplinele pe care le-au predat, au demonstrat că posedă multă creativitate și imaginație și au încercat, în mod constant, să se perfecționeze. Ca adevărați profesioniști, ei erau într-adevăr mândri de meseria lor.

Cum matematica este obiectul care dă cel mai mult de furcă elevilor, profesorul are un rol esențial. Este flexibil în gândire și deschis la propunerile de soluții din orice direcție; este selectiv în alegerea strategiilor, în formarea planurilor de evaluare sau de activitate; este capabil să-și analizeze activitatea și să învețe din propria experiență; susține și promovează un stil de comunicare și cooperare care reflectă o gândire pozitivă; este preocupat de dezvoltarea sa profesională și intelectuală. Profesorul își adaptează demersul didactic în mod adecvat pe baza observării și cunoașterii intereselor, abilităților, capacităților elevilor, a mediului lor familial și a relațiilor dintre ei. Încorporează în practică didactica teoriilor cunoașterii și ale inteligenței. Este receptiv în

activitatea sa și este gata să integreze ideile și metodele dezvoltate de alții care se potrivesc scopurilor și elevilor cu care lucrează. Astfel, el selectează cu discernământ strategiile didactice, formele de evaluare, tipurile de activități de învățare în vederea atingerii obiectivelor propuse. Își dezvoltă capacitatea de autoanaliză prelucrând și îmbunătățind experiența care a condus către succes. Profesorul își perfecționează continuu predarea, examinează critic propria activitate, caută să-și extindă repertoriul de strategii didactice, să-și aprofundeze cunoașterea. El promovează un stil de comunicare centrat pe ascultarea activă și pune în practică limbajul responsabilității. Comunicarea profesorului este ghidată de o gândire pozitivă.

Profesorul cunoaște metodele și instrumentele de evaluare, le selectează pe cele mai potrivite și le integrează în mod eficient în procesul didactic; urmărește progresul elevilor în învățare; realizează o evaluare sistematică și obiectivă; valorifică rezultatele evaluării, dezvoltă la elevi capacitatea de autoevaluare, ajutându-i să-și îmbunătățească performanțele.

Prin evaluare profesorul verifică progresul elevilor în învățarea matematicii. El își identifică așteptările în raport cu nivelul fiecărei clase și își adaptează instrumentele de evaluare în funcție de posibilitățile reale ale colectivului de elevi, apreciind progresul individual.

Profesorul evaluează modul în care obiectivele au fost îndeplinite și folosește această evaluare în scopul îmbunătățirii unor aspecte ale predării-învățării. Profesorul observă activitatea și comportamentul elevilor și evaluează sistematic performanțele fiecăruia în raport cu obiectivele menționate în programa școlară pentru învățământul obligatoriu.

Profesorul realizează evaluarea pe baza unor criterii prestabilite și utilizează evaluarea pentru a stimula elevii:

- să gândească asupra conceptelor matematice pe care le învață, a legăturilor dintre ele și a aplicațiilor în practică;
- să capete încredere în capacitatea lor de a aborda și rezolva probleme;
- să își asume responsabilitatea propriei învățări;
- să-și analizeze nivelul de performanță.

Profesorul verifică temele pentru acasă și monitorizează activitatea efectuată în clasă, reglând procesul de învățare prin propunerea de teme și activități diferențiate. Comunică elevilor și părinților informații despre cunoștințele, abilitățile, competențele ce trebuie extinse la sfârșitul fiecărei trepte școlare, modul în care se desfășoară evaluarea, obiectivele evaluării, analiza acestora și măsuri ce se impun pentru îmbunătățirea performanței.

Activitatea profesorului de matematică nu se reduce la asimilarea de cunoștințe sau formarea de capacități cognitive la elevi, ci presupune și dezvoltarea unui stil de muncă intelectuală. Profesorul va pune în evidență multiplele avantaje care se obțin prin studierea matematicii. Aceasta creează o disciplină a muncii, dezvoltă logica și flexibilitatea în gândire, îndrumă elevul să aibă așteptări realiste de la viață.

Profesorul de matematică trebuie să plece de la ideea că toți elevii pot învăța, dar nu întotdeauna învățarea este un lucru ușor sau pe care îl faci cu plăcere. Rolul dascălului este acela de a construi punți între ceea ce știu elevii, ceea ce pot face și ceea ce sunt în stare să învețe. El este întotdeauna alături de elev întărindu-i încrederea în el însuși și ajutându-l să progreseze, să se autodepășească permanent.

Profesorul de matematică se străduiește să implice cât mai mult elevul în activitatea de predare-învățare, acceptând sugestiile acestuia în prezentarea mai multor rezolvări pentru o problemă, favorizează o comunicare deschisă. El dirijează discuțiile cu elevii și încearcă să obțină rezolvări cât mai simple, elegante, le explică (sau îi face să argumenteze singuri) de ce o anumită cale este mai convenabil de urmat. Profesorul dezvoltă capacitățile cognitive ale elevilor și respectul lor pentru învățare și în egală măsură le cultivă respectul de sine, motivația, caracterul, responsabilitatea civică și respectul pentru diferențele individuale, culturale etc.

Profesorul de matematică dă șanse egale elevilor, ceea ce nu înseamnă uniformizarea demersului educativ, ci diferențierea și individualizarea acestuia în acord cu atitudinile, interesele și nivelul de aspirație al acestora. El combate cu fermitate orice atitudine discriminatorie și încurajează toleranța. Creează un mediu de învățare stimulat și plăcut care să promoveze învățarea activă.

Prin tot ceea ce face, profesorul dezvoltă la elevi o atitudine pozitivă pentru matematică și le stimulează interesul pentru a găsi cât mai multe legături cu celelalte discipline și cu viața reală.

Evaluarea nu este un scop în sine ci trebuie să conducă la optimizarea întregului proces desfășurat în școală. Ea trebuie să fie formativă și să dezvolte un proces de autoevaluare. Calitatea presupune mișcare și de aceea evaluarea nu trebuie să se rezume doar la un instrument, ci să se refere la o serie de tehnici cât mai diverse, incluzând și procese negociative.

Lipsa alternativilor creează rutină, conformism și nu duce la completa dezvoltare a personalității. Cunoașterea rezultatelor, a criteriilor de evaluare, îi face pe indivizi mai conștienți și îi motivează să se implice în sarcină, astfel că evaluarea eficientă este urmată de dezvoltare.

Anul școlar trecut, Colegiul Economic a fost școală pilot în programul posdru “TEEN PERFORM” - program inovator de îmbunătățire a rezultatelor școlare în învățământul liceal. În urma derulării acestui program feedbackul a fost pozitiv, iar rezultatele obținute de elevii noștri la examenul de bacalaureat foarte bune, promovând examenul peste 90%. Acest lucru a fost posibil și datorită talentului didactic al profesorilor implicați în acest proiect ca experți în educație, atât în perioada de pilotare cât și de derulare.

Interacțiunea profesor – elev este unul din factorii de bază care au determinat rezultatele elevilor și care la rândul ei e determinată de mai multe criterii dintre care se pot aminti: personalitatea profesorului, personalitatea elevului și situațiile pedagogice ce se creează în rezultatul activității profesor-elev. De asemenea noile instrumente folosite în procesul de învățare, cum ar fi: Harta mentală, 4MAT sau Stop-Reflectează-Scrie-Raportează, au atras elevii, făcându-i mai curioși în a descifra tainele matematicii.

În concluzie, rolul profesorului este esențial în formarea elevilor săi și în atragerea acestora spre studiu.

BIBLIOGRAFIE:

- Ioan Jinga, ”Managementul învățământului”, Ed. ASE, București, 2003.
- Maria Elena Druță, “ Cunoașterea elevului”, Ed.Aramis, București, 2001.
- Șerban Iosifescu, „ Management educațional”, ISE-MEC, București, 2001.
- Adrian Stoica, “Evaluarea curentă și examenele-Ghid pentru profesori”, Ed. ProGnosis, București, 2001.
- L Gliga, “Standarde profesionale pentru profesia didactică”, MEC, București, 2002.

1.26. ROLUL PROFESORULUI ÎN ORELE DE GEOGRAFIE

**prof. Ismail Maria
Colegiul Economic” Dimitrie Cantemir”
Suceava, România**

Abstract

Widely, the term of "role" is about the general norms of contribution that an individual should bring at a behavioural relationship.

Referring to the diversity of roles that a teacher can have, I am mentioning the following:

- 1) The model teacher-the teacher offers the student the necessary targets in order for him/her to achieve them.*
- 2) The teacher, as a model-through his/her personality, through the actions of his/her behaviour setting a positive example for his/her students.*
- 3) The friendly teacher-the teacher is a friend to whom children look up when he/her needs it. The teacher supports, listens and helps the student.*
- 4) The guiding teacher-in the journey of knowledge the teacher knows the targets and presents to the student the alternatives and optimal solutions in order to achieve a target. The relation is based on mutual respect. The teacher does not dictate answers but shows the student the directions towards the destination.*
- 5) The magician teacher-the tremendous preparation of the teacher offers a status through which he/she guides the student to using the objects and instruments (maps, books, images of many kinds) in order to study.*
- 6) The counsellor teacher: the teacher from whom the students expect good pieces of advice.*
- 7) The teacher playing the role of counsellor: is a sensitive observer to the children's behaviour, a persuasive guide and an advice-giver.*
- 8) The master teacher-the teacher that offers the image of the standards of knowledge and action, waits for the student to obtain knowledge, abilities.*
- 9) The supportive teacher-the teacher is supportive for overcoming difficulties in the students' lives.*
- 10) The "gate opener"-the teacher does not offer knowledge but makes the access to the knowledge possible.*
- 11) The teacher, as a motivational agent: keeps a high level of interest and curiosity and the will for studying in his students.*
- 12) The teacher, as a leader: leads a group of students, using his/her power over the main phenomena that take place. Is a friend and a place for confidence for the students, a substitute to the parents, object of affection, support in waving away anxiety. The teacher organises the lesson, guides the students, collaborates with students, gives advice and works with them from the same position.*
- 13) The teacher, as a reflexive professional: works very hard to understand, and reflect over the unique things that happen in the classroom, studies and analyses the psychological and didactical phenomena with which the students confront.*
- 14) The teacher, as manager: supervises the whole activity in the classroom. assures a decent relationship with his/her peers, with the parents and the other factors. The teacher organises the instructional process and educational one, finds out the tasks of the programme and informs himself/herself, makes projects on studying units and lessons.*

This is how the students are attracted in the essence of the lesson. The teacher plays a

multitude of roles, the roles he/she decides to play depend on his/her personality.

Aside from the didactic activity, the teacher also condones an extra-curriculum activity.

În sens larg, termenul de rol vizează normele generale ale contribuției pe care trebuie să o aducă un individ la o relație comportamentală.

În sens restrâns, se referă la regularitatea reală a comportamentului indivizilor aflați în interacțiune.

Rolul ne trimite la constantele de comportament ale individului care își aduce contribuția la o relație mai mult sau mai puțin stabilă cu ceilalți indivizi.

Indivizii care ocupă poziții diferite se comportă într-o manieră diferită, dar fiecare înțelege și acceptă comportamentul celuilalt. Același individ poate să dețină simultan o serie de statute.

Totuși el nu poate niciodată să exercite simultan toate aceste roluri.

În școală, profesorul este conducătorul activității didactice ce se desfășoară în vederea realizării obiectivelor prevăzute în documentele școlare.

Referitor la diversitatea rolurilor pe care le poate exercita profesorul menționez următoarele:

- **Dascălul model-** profesorul oferă elevului reperele necesare pentru a atinge țintele propuse. Elevul acceptă provocarea și pornește în călătorie alături de profesor.
- **Dascălul, ca model:** prin întreaga sa personalitate, prin acțiunile comportamentului său este un exemplu pozitiv pentru elevi.
- **Dascălul prieten-** profesorul este un prieten la care elevul poate apela atunci când are nevoie. Profesorul sprijină, ascultă și ajută elevul.
- **Dascălul călăuză-** în călătoria cunoașterii profesorul cunoaște reperele și prezintă elevului alternativele și soluțiile optime pentru atingerea unei ținte. Relația se bazează pe respect reciproc. Învățătorul nu dictează răspunsuri ci oferă direcții pentru a ajunge la destinații.
- **Dascălul magician-** pregătirea temeinică a profesorului care îi oferă acestuia postura prin care îl îndrumă pe elev să folosească obiectele și instrumentele(hărțile, manualele,imagini de tot felul) pentru învățare.
- **Dascălul consilier-** profesorul este cel de la care elevii așteaptă sfatul cel bun.
- **Dascălul în ipostaza de consilier:** este un observator sensibil comportamentului elevilor, un îndrumător persuasiv și un sfătuitor al acestora.
- **Dascălul maestru-** profesorul oferă imaginea standardelor de cunoaștere și acțiune, îl așteaptă pe elev să obțină cunoștințe, abilități, competențe.
- **Dascălul susținător-** profesorul este alături de elevii săi, este sprijin pentru depășirea dificultăților întâmpinate în învățare.
- **Dascălul facilitator-** profesorul nu oferă cunoaștere ci face posibil accesul copilului la cunoaștere.
- **Dascălul, ca agent motivator** declanșează și întreține interesul curiozitatea și dorința lor pentru activitatea de învățare.
- **Dascălul, ca lider:** conduce un grup de elevi, exercitându-și puterea asupra principalelor fenomene ce se produc aici. Este un prieten și confident al elevilor, un substitut al părinților, obiect de afecțiune, sprijin în ameliorarea stărilor de anxietate. Profesorul organizează lecția, îndrumă elevii, colaborează cu elevii, dă sfaturi lucrează cot la cot cu aceștia
- **Dascălul, ca profesionist reflexiv:** se străduiește tot timpul să înțeleagă, și să reflecteze asupra întâmplărilor inedite din clasă, să studieze și analizeze fenomenele psihopedagogice cu care se confruntă.

- **Dascălul, ca manager:** supraveghează întreaga activitate din clasă, asigură consensul cu ceilalți profesori, cu părinții și cu ceilalți factori. Profesorul organizează procesul de instrucție și educație, află cerințele programei se documentează, întocmește proiecte pe unități de învățare și lecții.

Iată cum elevii sunt atrași în cursa implicării la lecții. Profesorul își asuma deci o multitudine de roluri a căror exercitare este dependentă de personalitatea lui.

Dar pe lângă activitatea didactică profesorul desfășoară și o activitate extrașcolară sau cultural-educativă.

Profesorul este cel care orientează și stimulează curiozitatea naturală și interesul spontan al elevilor pentru descoperire, cel care îndrumă și încurajează activitatea de organizare și integrare a datelor culese, lăsându-le:

- libertatea de examinare a faptului real ori de analiză critică a conținutului unui text,
- independența în activitate, operativitate și rapiditate în reacții (cognitive, afective, motrice),
- deplina responsabilitate pentru ceea ce întreprind.

Statutul profesorului

Profesorul are un anumit statut, prestigiu.

În concluzie, statutul exprimă:

- persoana ca membră a societății;
 - îndatoririle, drepturile și obligațiile persoanei.
- Studiul științific al statutului persoanei trebuie să includă:
- cercetarea poziției economice reale a persoanei;
 - situația politico-juridică;
 - caracterizarea profesională;
 - statutul cultural;
 - poziția socială a familiei persoanei date și poziția ei în familie.

Conceptul de "profesor" reprezintă toți specialiștii investiți ca educatori, ca formatori în învățământul de toate gradele.

Profesorul nu este numai un instructor profesional, un formator informațional ci este și un modelator uman, etic și cetățenesc al noilor generații.

Profesorul trebuie să fie umanist, solidar și prieten cu elevul.

Bibliografie:

1. Maria Eliza Dulamă, *Metodologii didactice activizante*, Editura Clusium, Cluj-Napoca, 2008
2. Nicolae Ilinca, Octavian Mândruț, *Elemente de didactică aplicată a geografiei*, Editura CD Press, București, 2006.
3. Silviu Neguț, Mihai Ielenicz, Dan Bălțeanu, Marius - Cristian Neacșu, Alexandru Bărbulescu, *Geografie, manual pentru clasa a XII-a*, Editura Humanitas Educational, București, 2007.
- 4.,,Didactica Geografiei ,, Nicolaie Ilinca Ed. Didactica si Pedagogica, 2003.

Webografie

4. www.edu.ro.
5. www.google.ro
6. www.dinosauria.com

1.27. MOTIVAȚIA ÎN FIRMA DE EXERCİȚIU

*prof. Manolache Mihaela
elev Dediu Roxana
Colegiul Economic „Virgil Madgearu”
Galați, România*

Abstract

The goals of the motivation in the exercise firm are referring to, actually, the following aspects:

- *Forming the equip;*
- *Creation of some examples loved by the equip, on the power of the positive example principle;*
- *Improving the self image, gaining trust and respect from the colleagues;*
- *Rising in hierarchy;*
- *Improving the economic results.*

An efficient motivation pattern could be the following one, which involve students of the exercise firm, without them even noticing. The motivation must be, just through their own qualities, through the students' choices and not certainly by the proffesor's choices. A tiny mistake and the motivation could become, from a positive act to a negative one.

- First, you formulate a bunch of messages, motivational quotes and slogans.*
- Write the messages on 10*15 cm cards, for assimilate them with some little secrets.*
- Offer them to the students, for them to keep or stick them together on a viewable place.*
- Ask them which motivational quote or message is the most interesting.*
- Create along with the students and the compartment leader, a weekly “TO DO!” list.*
- Do a monthly revise of the “TO DO!” list.*
- Do a panel where may appear the best achievements and the most meaningful quotes.*
- Turn the cards into contests and campaigns!*
- Vote the weekly slogan and you'll realize how you're progressing!*

As a result of the interaction between TRAINING FIRM's members for realizing the common goals, it's created a social organization of the group, named the structure of the group.

The meaning of a structure is two aspects sticked together: the structure of the group defines just the way how the members are interacting together; in the other hand, the meaning of a structure defines the hierarchy within the group.

So, the structure will refer to the following characters of the exercise firm:

- *The size of the group influences mostly the group's dynamics;*
- *The group's norms are collective expectings which the members of the group have regarding to their behaviour;*
- *The group's role, namely, positions from the group. There's a set of expected behaviours attached to the group;*

- *The statute's system is the "social position", the prestige given to the group's members and the cohesion.*

The norms, which the professor makes sure that are respected by everyone, are:

- *Loyalty norms;*
- *Posture norms;*
- *Rewarding norms;*
- *Performance norms.*

Scopurile motivării în firma de exercițiu fac referire printre altele, la următoarele aspecte:

- Modificarea atitudinilor negative în vehement pozitive.
- Formarea echipei.
- Crearea unor modele îndrăgite de echipă, pe principiul puterii exemplului pozitiv.
- Îmbunătățirea imaginii de sine, câștigarea încrederii și respectului colegilor de echipă.
- Ascensiunea pe scara ierarhică.
- Îmbunătățirea rezultatelor economice.
- Performanța.

O grilă eficientă de motivare ar putea fi și următoarea, care implică foarte mult elevii firmelor de exercițiu, aproape fără ca ei să-și dea seama. Motivarea trebuie să aibă loc, chiar prin propriile lor atitudini, prin alegerile elevilor și nu neaparat prin ce i se pare profesorului coordonator că i s-ar potrivi. O mică scăpare și motivația s-ar putea transforma dintr-un act pozitiv în unul negativ.

Schemă de motivare a personalului în firma de exercițiu.

A.În primă instanță se formulează o baterie de mesaje, îndemnuri, sloganuri precum:

- Amânarea ne fură cea mai de preț avere și anume: TIMPUL!
- Gândiți-vă la rezultate și veți descoperi în voi resurse!
- Oamenilor nu le pasă câte știi până nu le arăți cât contează acest lucru!
- Și povestea ta ne interesează!
- Află ce fac oamenii de succes și fă ce fac ei!
- Împreună avem mai mult SUCCES!
- Formulați așteptările pe care le aveți!
- Lumea aparține celor care întrebă!
- Încrederea înseamnă: experiență, cunoaștere, succes!

Inscripționați pe un obiect personal, doua cuvinte care vi se potrivesc!

- Investiția în oameni este cea mai valoroasă!
- Lucrează astfel încât să-ți placă ție!
- Școala nu se termină niciodată pentru un profesionist!
- Implica-mă și voi contribui la găsirea soluției!
- Activitățile ne fac să ne simțim bine, dar rezultatele ne aduc câștiguri!

B. Scrieți mesajele pe *cartonașe* de 10*15cm, pentru a fi asimilate unor mici Secrete.

C. Oferiți-le elevilor, spre păstrare sau lipiți-le împreună la vedere.

D. Întrebați-i care îndemn, mesaj, li se pare mai interesant.

E. Realizați împreună cu elevii și cu șeful de compartiment, câte o listă cu „de făcut!” În săptămâna curentă.

F. Revizuiți lunar lista „de făcut!” Împreună cu aceștia. Încercați să observați câte realizări au și indirect câte mesaje de pe cartonașe au respectat.

G. Construiți împreună un panou în care să apară cele mai bune realizări și cele mai însușite *cartonașe cu mesaje , indemnuri*.

H. Transformați cartonașele în concursuri și campanii!

I. Votați sloganul săptămânii și o să realizați în ce punct vă situați!

Nu putem îmbunătăți ceva, până nu recunoaștem că acel ceva are nevoie de mici îmbunătățiri. Angajații firmei de exercițiu ar trebui să aibă șansa să-și îmbunătățească rezultatele și să facă performanță. Iar la baza performanței stă motivația.

Dacă motivația ar putea să însemne o sumă de cartonașe colorate, atunci să învățăm elevii să se joace cu ele iar noi doar să-i coordonăm. Astfel le putem scrie, sau le putem repeta elevilor firmei de exercițiu, sloganuri, indemnuri, mesaje, de atâtea ori de câte ori va fi nevoie să audă și să înțeleagă și să-și însușească anumite atitudini, comportamente.

Ca urmare a interacțiunii membrilor FIRMEI de EXERCITIU în vederea realizării scopurilor comune se creează o organizare socială a grupului, denumită structura grupului.

Noțiunea de structură desemnează două aspecte corelate între ele : pe de o parte, structura grupului definește modul concret în care membrii acestuia interacționează între ei; pe de altă parte, noțiunea de structură se referă la ierarhia indivizilor în cadrul grupului, la locul ocupat de ei în grup conform rețelei de statute și roluri.

Astfel structura se va referi la următoarele caracteristici ale firmei de exercițiu :

- **Mărimea grupului** – grupurile de lucru, pot fi diferite ca marime, *marimea grupurilor influențează în mare măsură dinamica grupurilor*,
- **Normele grupului** – sunt așteptări colective pe care membrii grupurilor le au cu privire la comportamentul lor unii față de alții,
- **Rolurile grupului**- poziții din cadrul grupurilor cărora le este atașat un set de comportamente așteptate,
- **Sistemul de statut**- este rangul poziția socială, prestigiul acordat membrilor grupului și *coeziunea –proprietatea esențială a grupurilor*.

Normele sunt coduri de conduită care specifică ceea ce elevii în firma de exercițiu, ar trebui sau nu să facă, sau standarde față de care să putem evalua cât de potrivit este comportamentul acestora la un anumit moment dat.

Cea mai importantă funcție pe care o au normele în firma de exercițiu este asigurarea regularității și predictibilității comportamentului. Normele se dezvoltă pentru a reglementa comportamentele care sunt considerate importante pentru susținătorii lor.

Instruirea tinerilor întreprinzători, poate începe încă din *perioada studiilor*, prin *reformarea sistemului de instruire* și investirea în programe, într-un mod coerent și continuu. *Promovarea modelelor de succes ale noilor întreprinderi* și a modului în care întreprinderile mici contribuie la dezvoltarea națională, pot deveni accesibile viitorilor întreprinzători, iar prin modulul de pregătire “firma de exercițiu”, o concepție modernă de instruire, se pun **bazele** succesului în carieră prin inițierea de afaceri virtuale într-un mediu complex, care va determina mai târziu succesul în afacerile reale.

Managerii firmelor de exercițiu, împreună cu profesorii lor colaboratori, vor adopta probabil norme referitoare la comportamentul și activitatea elevilor, „subordonați”, decât să adopte norme referitoare la modul în care „salariații” își personalizează locul de muncă.

Există câteva clase de norme care apar în toate organizațiile, prin urmare și în firma de exercițiu, influențând comportamentul membrilor.

Astfel de norme -- pe care profesorul se asigură că se respectă de către toată „lumea” sunt:

- Norme de loialitate;
- Norme privind ținuta ;
- Norme privind alocarea recompenselor ;
- Norme de performanță.



Ele sunt o condiție la **baza performanței** în firma de exercițiu și totodată respectarea lor ar putea fi o sursă de motivații, fie pozitive fie negative, deși cele din urmă nu sunt indicate, fiind total neeficiente, mai ales pe termen lung.

Provocarea respectării normelor trebuie indusă elevilor prin fiecare activitate desfășurată de către aceștia.

Nu există performanță în afara coeziunii de grup.

Tabelul. Funcțiile normelor in F.E.

- Normele asigură succesul sau, după caz, supraviețuirea grupului ;
- Reflectă preferințele membrilor puternici din grup ;
- Simplifică și fac predictibil comportamentul ce se așteaptă de la membrii grupului;
- Întaresc rolurile specifice, individuale ale membrilor firmei de exercițiu;
- Ajută firma sa evite problemele interpersonale cu impact negativ.

1.28. VALORILE FRANCOFONIEI TRANSMISE LA ORELE DE LIMBA FRANCEZA

Prof. Maxim Irina
Collège Economique “Dimitrie Cantemir”
Suceava, România

Abstract

«Faire vivre une langue, c'est aussi défendre les valeurs de paix et de démocratie qu'elle véhicule», said Abdou DIOUF, the general secretary of The International Organisation of Francophonie, in March 2004.

The celebration of the day of 20 of March, the Francophonie Day, is not an homage brought to a glorious past. It is the affirmation of a political desire to promote some fundamental values in the actual world, which has a lack of landmarks and models.

Instrument of international communication, French is an official and working language of some of the most important organisations of the world, such as The European Parliament and The United Nations. But The Francophonie does not mean just nations which have in common the French. Every time by using the language it is expressed and submitted a life philosophy, a culture, a history and values.

The only values which really remain stable are those founded on the human qualities: the dignity, the morality, the solidarity, the involvement, the devotion, etc.

I tried to classify these values in order to have an overview of what Francophonie means, of the ideas that it promotes, of the goals which mobilize the actions of Francophone Organisations.

Being an impassioned French teacher and wanting to share all this information with my students, I conceived a didactic project with worksheets and a questionnaire. I made this didactic demarche with my classes, trying to arouse the interest of my students in French, France and Francophonie. I consider I had more success with this type of lesson than with the lessons from the curriculum. The students showed curiosity and wish to learn, to express their opinions and to actively participate to their own learning.

My didactic demarche consists in a presentation of the activities which I propose to the students, of the objectives which I follow and of the materials which I use in order to achieve my goals.

After a power-point presentation about Francophonie and its institutes, I propose to the students an activity based on workshops. The class will be divided in three groups and the worksheets will be given to the students. Then, a student from each group will read aloud the text that they will study in order to explain some linguistic structures and to ensure their comprehension of it. Each group will work the exercises from the given worksheet. Finally, each group will answer the questions written on the worksheet and the other two groups will note the answers. At the end of the class, all the student will have in their notebooks all the information presented by all the groups. So, they will be ready to individually complete the questionnaire and after that, they will be given the correct answers in order to evaluate themselves.

«*Faire vivre une langue, c'est aussi défendre les valeurs de paix et de démocratie qu'elle véhicule*» spunea Abdou DIOUF, secretarul general al Organizației Internaționale a Francofoniei, în martie 2004.

Celebrarea zilei de 20 martie, Ziua Francofoniei, nu este un omagiu adus unui trecut glorios, este afirmarea unei voințe politice de promovare a unor valori fundamentale în lumea actuală atât de lipsită de repere, de modele demne de urmat.

Instrument de comunicare internațional, limba franceză este limbă oficială și de lucru a celor mai importante organizații din lume, a Parlamentului European, a Națiunilor Unite. Dar Francofonia nu înseamnă doar națiuni care au în comun limba franceză, prin utilizarea limbii se exprimă și se transmite totodată o filozofie de viață, o cultură, o istorie, valori.

Singurele valori care rămân cu adevărat stabile sunt cele fondate pe calitățile umane: demnitatea, moralitatea, solidaritatea, implicare, devotament etc.

Țările francofone au în comun, din fericire sau din nefericire, o istorie, pe care au dorit-o sau, în cazul celor colonizate, pe care au suportat-o. Această istorie a lăsat moștenire neatinsă valorile care ne aparțin, nouă ca francofoni și francofili și pe care trebuie să le apărăm, să le promovăm și să le transmitem generațiilor viitoare, punându-le în slujba dreptății și progresului umanității. Moștenind filosofia Luminilor, idealurile revoluției, aspirația la egalitate, libertate, fraternitate, noi, francofonii, avem obligația de a fructifica această moștenire, îmbogățind-o cu valori și lecții învățate din această istorie comună a țărilor francofone și adaptându-le la realitățile lumii actuale lipsită de idealuri.

Pornind de la aceste considerații, am încercat să clasific aceste valori, pentru a avea o vedere de ansamblu asupra a ceea ce înseamnă Francofonie/ francofonie, asupra ideilor pe care le promovează, asupra țărilor care mobilizează acțiunile organizațiilor francofone:

- Valori politice: pacea, democrația, drepturile omului (libertate, egalitate, fraternitate, educație, justiție).
- Valori umane: demnitate, moralitate, solidaritatea, implicare, devotament.
- Valori lingvistice care rezida din limba franceză ca instrument internațional de comunicare internațional.
- Valori culturale, datorate diversității culturale de o bogăție inepuizabilă, dat fiind că francofonia este prezentă pe toate cele cinci continente.
- Valori formative care rezidă din educație, din sistemul de învățământ al fiecărei țări francofone, căci rolul școlii este de a informa și a forma în același timp.

Fiind un profesor pasionat de limba franceză, dornică să împărtășesc toate acestea elevilor mei am conceput un proiect didactic, însoțit de fișe de învățare și de un chestionar. Am derulat acest demers didactic la clasele la care predau, încercând să trezesc elevilor interesul pentru limba franceză, pentru Franța și F/francofonie și consider că am avut mai mult succes decât cu lecțiile din programa școlară, elevii demonstrând curiozitate și dorință de a-si însuși cunoștințe, de a-si exprima opinii, de a participa activ la propria învățare.

În paginile ce urmează voi prezenta acest proiect didactic cu speranța că va fi apreciat și de alți profesori pasionați de limba franceză, motivați de dorința de a transmite generațiilor viitoare valorile francofoniei.

FICHE PÉDAGOGIQUE

La francophonie / Francophonie

Classe: XI-e, année d'étude: IX-e,

Durée des activités: 1classe/ 50 min.

Niveau : B2	Thèmes - La francophonie / Francophonie
Objectifs : - le développement des connaissances sur la francophonie / Francophonie ; - consolidation et exploitation des connaissances acquises ; - compréhension et exploitation du texte. <i>Communicatifs</i> - exprimer une opinion ; demander/ répondre aux questions. <i>Linguistiques</i> - exploitation du lexique de la famille du mot « francophonie » ; - illustration de la compréhension d'une information transmise par un document audio ; - compréhension et assimilation du lexique spécifique de la Francophonie : O.I.F., sommet francophone, institutions de la Francophonie. <i>Socioculturels</i> - prendre conscience de l'importance du français dans le monde francophone la diversité culturelle	Tâches - Marquez Vrai ou faux ; - Complétez la grille ; - Répondez aux questions ; - Choisissez la bonne réponse ; - Complétez les informations suivantes avec les mots tirés du texte ; - Consultez la carte ; - Remplissez le tableau suivant ; - Situez les pays francophones dans les continents dont ils appartiennent ; - Mettez les phrases suivantes dans l'ordre du texte.
Matériel : - l'ordinateur, le vidéo projecteur, la présentation power-point « La francophonie », le document audio « Les DOM-TOM » - les fiches de travail: «La Francophonie», «La France dans le monde», «l'O.I.F.» - la carte de la francophonie - les questionnaires	

Activité 1 Présentation des nouvelles connaissances – 15 min.

On présente en power point un court historique de la Francophonie afin que les élèves comprennent:

1. Qu'est-ce que la francophonie/ Francophonie
2. Qui a inventé le terme de « francophonie » et quand ?
3. Combien d'États sont membres de la Francophonie ?
4. Quelles sont les institutions de la Francophonie ?
5. Quels sont les objectifs de la Francophonie ?
6. Quels sont les fondateurs de l'Organisation Internationale de la Francophonie ?
7. Qu'est-ce que l'Organisation Internationale de la Francophonie ?
8. Qui est le secrétaire général de l'O.I.F. ?
9. Que signifie le Sommet francophone ?
10. Quelques informations du Sommet de Bucarest ? Quand a eu lieu ? Quel en a été le thème ?

Les élèves regardent la présentation et prennent des notes.

Activité 2 : Compréhension de l'écrit et exploitation textuelle – 15 min.

- On propose aux élèves une activité par ateliers :

On distribue aux élèves partagés en trois groupes, les fiches contenant textes qu'ils vont étudier et les activités qu'ils doivent travailler : *La Francophonie, La France dans le monde, l'O.I.F.*

- Un élève de chaque groupe lit le texte.

On explique quelques mots inconnus, on traduit quelques fragments des textes.

- Les élèves de chaque atelier collaborent pour remplir les tâches de la fiche de travail : *Marquez Vrai ou faux ; Complétez la grille ; Répondez aux questions ; Choisissez la bonne réponse ; Situez les pays francophones dans les continents dont ils appartiennent ; Mettez les phrases suivantes dans l'ordre du texte.*

Activité 3 : Évaluation – 15 min.

Compte-rendu des résultats : le rapporteur de chaque atelier lit le texte et répond aux consignes afférentes ; les élèves des autres ateliers notent dans leurs cahiers les informations que leur fournit leur copain.

À la fin de la classe tous les élèves apprendront toutes les informations de tous les ateliers,

Activité 4 : Autoévaluation – 5min.

On distribue aux élèves des questionnaires qu'ils doivent compléter individuellement et puis on leur donne les réponses correctes afin qu'ils puissent s'autoévaluer.

Devoir à la maison : Rédigez un essai intitulé : *La France et la Roumanie unies dans la Francophonie.*

FICHE 1

LA FRANCOPHONIE

Francophonie c'est d'abord parler français.

La Francophonie est une communauté ouverte sur le monde qui réunit autour de valeurs comme **l'égalité, la liberté, la fraternité, la paix, la démocratie, la tolérance et l'universalité**, plus de soixante pays très divers par leur histoire, leur culture et leur niveau de développement mais qui veulent tous affirmer leur identité dans le mouvement de mondialisation actuel.

Définitions : La "**francophonie**" est l'ensemble des locuteurs, des groupes de locuteurs et des peuples qui utilisent le français à des degrés divers; le français est selon le cas langue maternelle, langue seconde, langue de communication ou de culture.

La "**Francophonie**"(avec majuscule) désigne l'ensemble des Gouvernements, pays ou instances officielles qui ont en commun l'usage du français dans leurs travaux ou leurs échanges.

Origine : La Francophonie prend sa source dans une langue commune: **le français**. Le français est une langue ancienne qui provient du latin, plus exactement du gallo-romain, latin vulgarisé. On considère que son acte de naissance date du IXe siècle.

Le terme de "*francophonie*" a été proposé par le géographe **Onésime Reclus**, en 1880. Ce terme désignait les espaces géographiques où le français était parlé.

Activités :

1. Marquez Vrai ou Faux :

a) La Francophonie est une communauté ouverte sur le monde qui réunit plus de soixante pays très divers par leur histoire et leur culture.

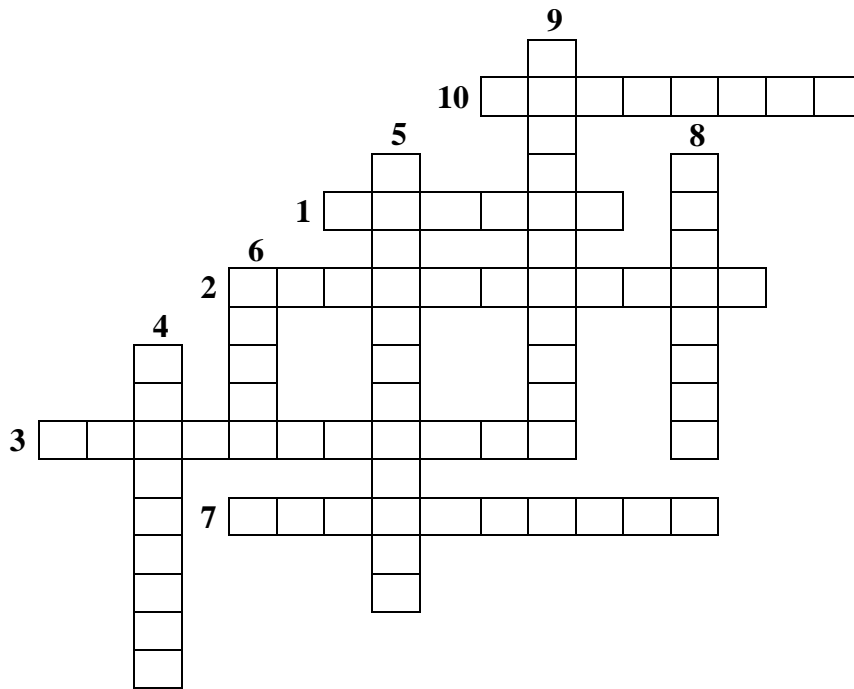
b) Tous les pays francophones ont le français comme langue officielle.

c) La “**Francophonie**”(avec majuscule) désigne l’ensemble des Gouvernements, pays ou instances officielles qui ont en commun l’usage du français.

d) Le français est une langue ancienne qui provient du groupe germanique des langues indo-européennes.

e) Le terme de “*francophonie*” a été proposé par le président sénégalais Abdou Diouf.

2. Complétez la grille et vous en aurez quelques termes de la famille du mot « *français* »:



1. Le pays où l’O.I.F. a le siège.
2. Un pays où on parle le français est un pays
3. Personne qui aime la France et les Français.
4. Les pays membres de l’O.I.F. ont en commun la langue.....
5. L’ensemble des gouvernements, pays ou instances officielles qui ont en commun l’usage du français.
6. L’ancienne unité monétaire de la France.
7. Habitant de l’Île-de-France.
8. Dialecte parlé en Île-de-France au Moyen Âge et qui est à l’origine du français.
9. Personne qui est hostile à la France et aux Français.
10. Les habitants de la France.

FICHE 2

LA FRANCE DANS LE MONDE

La France possède des territoires hors d'Europe : Les DOM-TOM

DOM signifie : « département outre –mer ». TOM signifie : « territoire outre –mer ».
Les DOM-TOM sont des régions françaises situées hors de France.

La Guadeloupe, la Martinique et la Réunion sont des DOM.

La Nouvelle Calédonie, la Polynésie française, Mayotte, Wallis-et-Futuna et Saint-Pierre-et-Miquelon sont des TOM.

Ce sont des régions francophones où les lois françaises sont appliquées. Mais elles sont adaptées à chaque région.

Les TOM deviennent plus autonomes que les DOM.

La Guadeloupe (capitale : Pointe-à-Pitre), la Martinique (capitale : Fort-de-France) et la Réunion (capitale : Saint-Denis) sont très touristiques.

La Guyane est connue parce qu'il y a un centre spatial de lancement de fusées à Kourou. C'est de là que la fusée européenne Ariane est lancée.

La France a engendré le monde francophone:

La France n'est pas le seul pays où l'on parle français même si les Français ne cessent de se moquer des accents et des déformations linguistiques des autres Francophones.

En Europe on parle couramment français en: Suisse romande (Genève, Lausanne, Fribourg et Neuchâtel), Belgique wallonne (Bruxelles, Liège et Namur), au Luxembourg, dans la vallée d'Aoste (dans les Alpes italiennes).

L'ancien empire colonial français a permis d'exporter le français hors d'Europe.

Les Canadiens français continuent de défendre vigoureusement leur langue.

Les Antilles françaises utilisent une langue originale: le créole que l'on retrouve aussi dans l'Océan indien aux Iles de la Réunion et Maurice.

En Afrique (au Mali, au Sénégal, en Côte d'Ivoire, au Gabon, au Zaïre) le français a permis de servir de lien entre des populations aux langages très différents les uns des autres et sert ainsi couramment aux élites et aux gouvernements.

Activités :

I. Répondez aux questions :

- Que signifie DOM ?
- Que signifie TOM ?
- Situez les DOM sur la carte. Quelles sont leurs capitales ?
- Où se trouve Kourou ? Pourquoi c'est une ville connue ?

II. Choisissez la bonne réponse :

- Une de ces régions est un TOM :
 - Guadeloupe
 - Guyane
 - Mayotte
 - Madagascar
- La fusée européenne Ariane a été lancée de :
 - Lausanne (Suisse)
 - Kourou (Guyane)
 - Pointe-à-Pitre (Guadeloupe)
 - Namur (Belgique)
- En Europe on parle couramment français en :
 - Autriche
 - Grèce
 - Hongrie
 - Vallée d'Aoste

4. Les Antilles françaises utilisent une langue originale:
- a) le créole
 - b) l'arabe
 - c) le malgache
 - d) le catalan
5. Le français a permis de servir de lien entre des populations aux langages très différents en :
- a) Amérique
 - b) Asie
 - c) Afrique
 - d) Europe

FICHE 3

ORGANISATION INTERNATIONALE DE LA FRANCOPHONIE

L'Agence de Coopération Culturelle et Technique créée par la Convention de Niamey du 20 mars 1970 et devenue l'Agence de la Francophonie, prend l'appellation «**Organisation Internationale de la Francophonie**».

L' O.I.F, dotée de la personnalité juridique et de la capacité de percevoir des contributions, obligatoires ou volontaires, rassemble sous l'autorité directe du **Secrétaire général, le Président Abdou DIOUF**, les activités politiques dont il a la responsabilité et les programmes de coopération.

Le siège de l'Organisation Internationale de la Francophonie est fixé à Paris.

Etats membres de l'O.I.F.

Etats membres(53): Albanie, Andorre, Belgique, Bénin, Bulgarie, Burkina Faso, Burundi, Cambodge, Cameroun, Canada, Canada/Nouveau-Brunswick, Canada/Québec, Cap-Vert, Comores, Congo-Brazzaville, Congo-Kinshasa, Côte-d'Ivoire, Djibouti, Dominique, Egypte, France, Gabon, Grèce, Guinée, Guinée équatoriale, Guinée-Bissau, Haïti, Laos, Liban, Luxembourg, Macédoine, Madagascar, Mali, Maroc, Maurice, Mauritanie, Mayotte, Moldavie, Monaco, Niger, République centrafricaine, Roumanie, Rwanda, Sainte-Lucie, Sao Tome et Principe, Sénégal, Seychelles, Suisse, Tchad, Togo, Tunisie, Vanuatu, Vietnam.

Membres associés (2): Chypre, Ghana.

Membres observateurs (13): Arménie, Autriche, Croatie, Georgie, Hongrie, Lituanie, Mozambique, Pologne, Slovaquie, République tchèque, Serbie, Ukraine.

La Roumanie a toujours montré une affinité pour le français et l'apprentissage de cette langue a représenté une priorité et une motivation depuis longtemps. Le rêve de chaque roumain a été de voyager à Paris voir „la ville lumière” à partir même de 1848. Personne ne peut nier que la culture des Roumaine est principalement d'origine française, la Roumanie pouvant se vanter avec plusieurs écrivains francophones: Eugène Ionescu, Mircea Eliade, Emil Cioran, Panait Istrati, Julia Hasdeu.

Activités :

1. Consultez la carte de la francophonie et situez les pays francophones dans les continents dont ils appartiennent.

Europe	Amérique	Afrique	Asie	Océanie

--	--	--	--	--

2. Mettez les phrases suivantes dans l'ordre du texte :

- L'O.I.F. compte 53 états membres, 2 membres associés et 13 observateurs.
- La Roumanie peut se vanter avec plusieurs écrivains francophones: Eugène Ionescu, Mircea Eliade, Emil Cioran, Panait Istrati, Julia Hasdeu.
- L'Agence de coopération culturelle et technique a été créée par la Convention de Niamey du 20 mars 1970.
- Le secrétaire général de l'Organisation Internationale de la Francophonie est le Président Abdou DIOUF (président de Sénégal en 1981 – 2000, après Léopold Sédar Senghor).
- L'Agence de coopération culturelle et technique, devenue l'Agence de la Francophonie, prend l'appellation «**Organisation Internationale de la Francophonie**».
- L' O.I.F est dotée de la personnalité juridique et de la capacité de percevoir des contributions, obligatoires ou volontaires.
- La Roumanie a toujours montré une affinité pour le français et l'apprentissage de cette langue a représenté une priorité et une motivation depuis longtemps.
- Le siège de l'Organisation Internationale de la Francophonie est fixé à Paris.

LA FRANCOPHONIE QUESTIONNAIRE

- Qui ont été les pères de la francophonie ?
 - Léopold Sédar Senghor, Habib Bourguiba, Hamani Diori
 - Nicolas Sarkozy, Edith Piaf, Abdou Diouf
 - Thierry Henri, Zinédine Zidane, Malouda
- Le terme **Francophonie** (avec une capitale initiale) désigne plutôt l'ensemble des gouvernements, pays ou instances officielles qui ont en commun l'usage du français dans leurs travaux ou leurs échanges.
 Vrai
 Faux
- On entend aujourd'hui par **francophonie** (avec une minuscule initiale) :
 - l'ensemble des peuples ou des groupes de locuteurs dont la langue maternelle est le français.
 - l'ensemble des peuples ou des groupes de locuteurs qui maîtrisent parfaitement la langue française.
 - l'ensemble des peuples ou des groupes de locuteurs qui utilisent partiellement ou entièrement la langue française dans leur vie quotidienne ou leurs communications.
- Parmi ces logos, lequel représente la francophonie ?



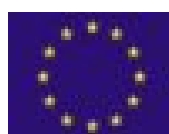
a)



b)



c)



d)

5. Parmi les pays suivants, lequel n'appartient pas à l'Organisation Internationale de la Francophonie
- Cambodge
 - Thaïlande
 - Laos
 - Vietnam
6. Traditionnellement, la journée internationale de la francophonie est organisée le :
- 20 mars
 - 21 juin
 - 14 juillet
7. Le pays de Léopold Sédar Senghor, un des initiateurs de l'Agence de la Francophonie est :
- Niger
 - Madagascar
 - Sénégal
 - Djibouti
8. L'Agence de la Francophonie siège dans ce pays :
- Sénégal
 - France
 - Gabon
 - Belgique
9. Qui a employé / inventé le terme de francophonie ?
- Marcel Proust
 - André Malraux
 - Onésime Réclus
10. Lequel de ces pays est membre de l'O.I.F.
- Roumanie
 - Hongrie
 - Arménie

BIBLIOGRAPHIE

- Ardeleanu Sanda –Maria - « *Imaginaire linguistique francophone* » Demiurg, Iași, 2006
- Ardeleanu Sanda –Maria - « *Dynamique de la langue et imaginaire linguistique* » Demiurg, Iași, 2000
- Besse Henri - **Le français dans le monde**, 1982 janvier no. 166
- Romanescu Paula – « *Les Roumains et les Français* » - *Regard no.24*
- Todorov Tzvetan - « *Nous et les autres. La réflexion française sur la diversité humaine* », Seuil, Paris
- Turpin Béatrice – 2002 « *Le terme Francophonie dans les dictionnaires de langue* » dans « *Convergences francophones, francoffonies !* » - Université de Cergy – Pontoise, Centre de Recherches, Textes et Francophonies
- isa-africa.com/francoph.htm
- www.roumanie-france.ro
- www.europe-centrale-orientale.auf.org
- www.francophonie.org

1.29. MATEMATICA ÎN VIAȚA COTIDIANĂ

Prof. Munteanu Mihaela
Liceul Teoretic “Panait Cerna”
Brăila, România

Motto:

“Matematica este limba cu care Dumnezeu a scris universul.” (Galileo Galilei)

Tot mai des aud în ultima vreme din partea elevilor, în special al celor de la profilul umanist, următoarea întrebare: “La ce ne trebuie matematica?”. Întrebarea aceasta, care e generată într-o mare măsură de programa destul de încărcată și mai ales de presiunea examenelor, chestiuni care ar trebui analizate cu seriozitate și regândite, merita însă a fi abordată cu multă răbdare și tact. Nu greșim dacă reamintim elevilor și nu numai lor, că aproape zilnic trebuie să ”rezolvăm o problemă”, să luăm o decizie. A găsi soluția, calea cea bună, înseamnă a gândi.

Pentru elevii de la profilul real avem în liceul nostru un curs opțional de *Matematica aplicată* în care pot vedea legătura dintre matematica și fizica, chimie, biologie, economie.

În continuare voi prezenta câteva, dintre aceste aplicații:

CRIPTOGRAFIA ȘI MATRICELE

Criptologia este la fel de veche ca și limbajul. Odată cu transmiterea de mesaje, oamenii au avut nevoie ca acestea să poată fi codate pentru a nu putea fi citite de anumite persoane. Astăzi dezvoltarea tot mai rapidă a telecomunicațiilor, a comunicațiilor electronice, a tranzacțiilor bancare, a plăților cu cărți de credit, au impus tot mai mult criptologia. Scopul acesteia este de a transmite și a proteja informațiile, asigurându-le confidențialitatea dintr-un mesaj.

Un exemplu de cifru este ilustrat de PATRATUL LUI POLYBE pe care îl prezintă figura de mai jos.

	1	2	3	4	5
1	a	b	c	d	e
2	f	g	h	I j	k
3	l	m	n	o	p
4	q	r	s	t	u
5	v	w	x	y	z

Fiecărei litere din textul clar ii corespunde numărul format din doua cifre (numărul liniei si numărul coloanei pe care se afla litera). De exemplu cuvântului “limita“ ii corespunde textul codificat:31 24 32 24 44 11 sau

$$\text{matricea } A = \begin{pmatrix} 3 & 2 & 3 & 2 & 4 & 1 \\ 1 & 4 & 2 & 4 & 4 & 1 \end{pmatrix}$$

Putem lua matricea $M = \begin{pmatrix} 1 & 2 & 3 & 4 & 5 & 1 \\ 5 & 4 & 3 & 2 & 1 & 5 \end{pmatrix}$ si calculam $S = A+M = \begin{pmatrix} 4 & 4 & 6 & 6 & 9 & 2 \\ 6 & 8 & 5 & 6 & 5 & 6 \end{pmatrix}$

si mesajul cifrat devine :46 48 65 66 95 26. Acest mesaj nu poate fi decodat cu pătratul lui Polybe pentru ca cifrele 6,8,9 nu apar in acel cod. Destinatarul îl va scrie sub forma matricei S, din care va scădea matricea M rezultând astfel matricea A care poate fi decriptata cu ajutorul codului lui Polybe.

BOTANICA SI RIDICAREA LA PUTERE A MATRICELOR

O planta bienala devine matura la un an dup ace sămânța este pusa in pământ. In anul al doilea planta produce semințe care vor deveni plante in al treilea an. După doi ani planta moare. Presupunem ca o arie sălbatică conține 500000 plante bienale, dintre care 225000 sunt in primul an, iar 275000 in anul al doilea. Presupunem ca 70% dintre plantele din anul întâi supraviețuiesc in anul al doilea si ca fiecare 1000 de plante din anul al doilea dau naștere la 1400 de plante. Ne propunem sa calculam cate plante vor fi după 5 ani.

Punem in evidenta numărul de plante existente printr-o matrice linie $X_0 = (22500 \quad 27500)$ Distribuția plantelor după un an este data de relația $X_1 = X_0 T$; după doi ani avem distribuția $X_2 = X_1 = X_0 T^2$ iar după n ani avem distribuția $X_n = X_0 T^n$ unde matricea $T = \begin{pmatrix} 0 & 0,7 \\ 1,4 & 0 \end{pmatrix}$

Prin urmare după cinci ani vor fi 369.754 plante de un an si 151.263 plante de doi ani.

SIRURILE SI RATA INFLATIEI

Când un economist calculează rata inflației pentru obiecte de uz casnic, alimente, carburanți, el calculează dobânda compusa cu care creste prețul aceluși produs. Astfel daca prețul obiectului este p iar d este inflația anuala, după un an obiectul va avea un preț $p_1 = p + d\% * p$, după doi ani obiectul va avea un preț $p_2 = p_1 + d\% * p_1$, sau $p_2 = p_1(1+d)$

In general, după n ani formula de calcul a prețului este : $P_n = P(1+d)^n$

Aceeași formula se folosește si pentru calculul dobânzii la depozitele bancare.

OPERATIILE GANDIRII SI STRUCTURA DE GRUP

Piaget, studiind operațiile gândirii a găsit analogia acestora cu axiomele grupului ca structura algebrica. Vom analiza pe rând aceste corespondente între axiomele grupului si operațiile psihologice.

1. Doua elemente oarecare ale grupului, care se compun generează un alt element al grupului sau $x*y$ este element al lui G daca x, y sunt elemente ale lui G. Pe plan psihologic aceasta condiție exprima coordonarea posibila a operațiilor—compunerea lor.
2. Legea de compoziție este asociativa. Tot la fel si gândirea este asociativa, adică rămâne libera sa facă ocoluri, iar rezultatul obținut pe doua cai diferite rămâne același.
3. Orice grup are un element neutru. Acesta nu modifica rezultatul in urma compunerii cu un element x al grupului. Psihologic, un element calitativ repetat nu se transforma. Avem in acest caz o tautologie.

4. Într-un grup orice element are un simetric.

$$X * X^{-1} = 1$$

În plan psihologic orice operație are o operație inversă cu ajutorul căreia se poate reveni în punctul inițial al raționamentului.

Acestea sunt doar câteva exemple, alese din domenii diverse, care demonstrează că matematica face parte din viața noastră, că rezultatele din matematică sunt utile în foarte multe activități.

Prin acest curs încerc să fac orele de matematică mai atractive, păstrând un echilibru între teorie și aplicații pentru a-i face pe elevi să înțeleagă că marile descoperiri în matematică au fost generate din necesitatea de a rezolva probleme practice și că tot ceea ce înseamnă progres în societate se bazează și pe cercetarea matematică.

BIBLIOGRAFIE

Mircea Ganga- Editura MATHPRESS, Ploiești 2006

N.C. Matei-Probleme de psihopedagogie școlară—București 1978

Corneliu Tarba-Matematici cu aplicații în biologie, Editura Risoprint, 2003

1.30. L'ÉXPLOITATION DE LA PRESSE EN CLASSE DE FRANÇAIS

Prof. Ioana Murea
Colegiul Economic "Dimitrie Cantemir"
Suceava, România

Abstract

For students, the press is a means of learning and of seeking information. Through the press, we can show them the socio-cultural environment in which they live. It is an authentic environment in which information is essential. Students can read articles and they can understand them. Then, they can comment on them and write essays. Television, radio or newspapers represent both for teenagers and for adults a means of spending their free time. For them, taking part to the media interaction is one of their favorite activities. All means of mass media are involved in the development of their personality.

Education through mass-media encapsulates a variety of messages and information. On the other hand, the education system is based on strictly planned activities, developed under the surveillance of a teacher who selects information. The purpose of communication in the contemporary culture has implications for the daily rhythm of our lives. Depending on the quantity, frequency and level of difficulty, the mass-media messages mean images, sounds and signs which present a complex socio-professional system. The communication towards the audience by means of mass-media involves other processes, as well.

A real avalanche of information is transmitted to the receptor through television, newspapers or the internet. The importance of mass-media as a factor which contributes to the education of teenagers and adults is a well known fact. The mass media means do not replace school, and their influence is complex. We know that the press means transmitting information, values, attitudes, ways of conduct, having an essential role in the formation of the student's socio-cultural code. Generally, mass-media represents a new relation between student and the world around him.

In its modernization process, school has to integrate and to operate with modern approaches of informing. Consequently, the newspaper, the internet, the television are used as efficient educational materials. Recently, the use of the PCs has led to the materialization of some very interesting lessons which join the text with the images and sounds. Through a common action, the school and the mass-media are part of the same complex and efficient educational system, capable to meet the formation requests imposed by modern society. Within such a complex process, the students are motivated the most.

Pour les élèves, la presse écrite est un moyen de s'informer et de s'auto-informer. Les professeurs les mettent en contact direct avec l'événement. Par la presse, nous pouvons leur montrer l'environnement socio-culturel où ils vivent. C'est un contexte authentique où les informations sont essentielles.

Les apprenants peuvent lire des articles de presse, peuvent comprendre l'essentiel d'un article. Ensuite ils seront capables de discuter sur ce texte-ci et enfin d'écrire un essai.

Regarder la télévision, écouter la radio ou lire la presse écrite représentent pour les jeunes et les adultes un moyen de passer leur temps libre. Pour eux, la participation à l'interaction médiatisée est l'une des plus courantes activités quotidiennes. Le public reçoit un grand nombre de messages, surtout audio-visuels, avec de nombreuses implications pour immédiates ou différées, directes ou indirectes, prévisibles ou imprévisibles sur le développement de leur personnalité en formation. En conséquence, des changements importants se produisent au niveau de leur personnalité par la production des opinions, des attitudes, des comportements nouveaux.

Les différences des interventions éducatives des médias envers celles traditionnelles sont importantes, mais comme un moyen d'organisation et de réalisation. La caractéristique de l'éducation par les médias est de donner spontanément un large éventail de messages et des informations transmises dans les loisirs, dans un espace non institutionnalisé. D'autre part, le système éducatif institutionnel organisé en étapes successives se réalise un processus éducatif rigoureux, planifié, systématique et intensif, placé sous le contrôle des personnes qualifiées, basé sur la sélection rigoureuse et la structuration de l'information et sur l'effort bénévole des élèves. Dans ce cas le rôle de l'enseignant n'est pas l'autorité, mais un soutien pour l'étudiant.

Un enseignement moderne, adapté à la réalité sociale, n'ignore pas les nouvelles fonctionnalités de la vie socioculturelle. L'environnement dans lequel l'enfant grandit et se forme est déterminé par des influences de l'exercice médiatique. Le rôle des moyens de communication dans la vie culturelle contemporaine, souvent impliqués dans le rythme de la vie quotidienne, leur participation effective dans le processus global de formation de la personnalité individuelle a conduit à d'importants changements dans la structure de l'environnement éducatif.

La vie humaine contemporaine est caractérisée, entre autres choses, par le bombardement informatique quotidien auquel il est soumis. Par leur quantité, leur fréquence et leur facilité, les messages des médias nous sont devenus autant familiers que les choses comme la nourriture, le logement ou les amis. Derrière cette abondance d'images, de sons et de signes, fonctionne un système socio-professionnel dont la complexité et l'ampleur sont inconnues au grand public et dont sa visibilité donne l'illusion de transparence. En essayant de comprendre les mécanismes qui régissent l'audio-visuel, de nombreux "classiques", y compris la linguistique, la psychologie, la sociologie, l'histoire et l'anthropologie culturelle, avec leurs industries modernes comme le marketing, la sémiotique, la psychosociologie, l'imagologie, font des efforts combinés pour réaliser une synthèse qui, à la fin d'un siècle d'évolution, a présenté un nouveau champ théorique: celle des sciences de la communication de masse.

Ce type de communication pour le grand public à travers les médias de masse implique d'autres processus qui auront des conséquences pour la communication. Une véritable avalanche d'informations est transmise au récepteur à travers la télévision, les journaux, les magazines ou sur l'Internet, mais après, il va les sélectionner et les analyser. La différence entre les modes de communication est donnée en même temps par les moyens de la communication et par le nombre des récepteurs de messages. De ce point de vue cette communication est socialisée, elle devient collective. En même temps, il y a des formes de communication adressée aux grands groupes, de véritables entreprises humaines.

Il y a deux communautés: celle de l'émetteur de messages (organisée et bien définie) et celle du récepteur (indistincte) vers lesquelles sont dirigés des messages de types divers. Entre les deux s'établit une relation avantageuse pour le communicateur qui construit son message de façon à créer un impact et à attirer l'attention de l'auditoire.

Il faut noter la nature unidirectionnelle et médiatrice de l'acte de communication. Les émetteurs et les récepteurs de messages sont séparés spatialement et temporellement, et l'information est transmise à travers une technologie moderne spécifique à l'«ère électronique». Les divers médias utilisés actuellement acquièrent un caractère institutionnel et obtiennent un avantage pour construire le message en fonction du moment et des objectifs fixés. Par conséquent, un grand nombre de messages est transmis au public à une vitesse incroyable. Dans ce cas, la réaction du groupe récepteur de messages envers le groupe émetteur est lente, même indifférente. Grâce aux technologies, la dimension démocratique de l'information est généralisée, tous ceux qui le souhaitent peuvent accéder aux messages, sans obstacles, politiques, sociaux ou religieux. L'information est devenue complètement et avant tout une marchandise largement soumise aux lois de l'offre et de la demande, avant d'autres règles, en particulier les questions civiques et éthiques auxquelles elle devrait se soumettre. Toutes ces transformations peuvent construire une nouvelle conception de l'information.

L'attitude de ces journalistes envers les lecteurs est largement influencée par la démonstration du professionnalisme, du respect dont jouissent les collègues ou par les intérêts de l'entreprise pour laquelle ils travaillent. Aujourd'hui, l'information signifie essentiellement « nous faire témoin d'un événement », ce qui signifie que nous devons croire que la façon la plus appropriée pour s'informer est de s'auto-informer. Avec la caméra, l'appareil photo, le reportage écrit, tous les moyens de diffusion de l'information cherchent à mettre le citoyen en contact direct avec l'événement.

Pour souligner l'importance que les médias de masse ont dans l'éducation des citoyens nous commencerons l'analyse en définissant les deux termes. L'éducation se réfère à un ensemble de mesures appliquées pour la formation et le développement des caractéristiques intellectuelles, morales ou physiques des jeunes, de la société, etc. En étendant le concept, nous pouvons subsumer à l'éducation les interventions organisées et systémiques qui résultent de la modélisation de la personnalité individuelle. En effet, l'environnement socio-culturel peut influencer la formation et le développement de la personnalité humaine, sans des enseignants ou des intentions éducatives explicites, à travers une variété d'actions délibérées ou non, expresses ou implicites, systémique ou non systémiques, étendant le champ de l'éducation comme un ensemble d'influences qui s'exercent sur l'individu.

Le rythme rapide de l'évolution de la société permet d'ajouter à la structure de traits de personnalité des jeunes de diverses influences: la famille, l'école, les organisations, le milieu socio-culturel, les médias de masse - ce qui devient des facteurs éducatifs. Pour cette raison, bien que le rôle des écoles soit très important, il serait irréaliste de croire que les activités éducatives sont réalisées uniquement en liaison avec l'enseignant par rapport aux étudiants. Pendant le processus éducatif les activités ne se déroulent pas isolément, mais dans un « champ » sous l'influence de divers facteurs. Pour qu'un système d'éducation soit efficace, il est obligatoire de prendre en compte l'influence de l'ensemble du champ éducatif, ses composants et comment ils interagissent avec l'école, l'enjeu étant

un rôle formateur important. Nous croyons qu'il s'agit d'un transfert permanent entre l'individu et la société, non seulement au niveau de l'information, mais aussi aux modèles symboliques, spirituels et comportementaux. Dans ce contexte, l'individu est formé en conformité avec la société où il vit et sa personnalité n'est qu'un système de relations.



L'importance des médias comme un facteur contribuant à l'éducation des jeunes et des adultes, est largement reconnue. Les médias ne remplacent pas l'école et leur influence est complexe, ce qui représente un élément fondamental dans la relation entre l'homme et l'environnement.

Nous savons que la presse signifie transmission des informations, des valeurs, des attitudes, des comportements, ayant ainsi un rôle important dans la formation du code socioculturel de l'apprenant.

En particulier l'impact des médias est donné par la manière agréable d'offrir l'information. Dans ce contexte, il est explicable de ressentir leur forte attraction, l'attraction qui parfois, surtout chez les jeunes, peut se produire créant des formes extrêmes de l'accoutumance, même de dépendance.

Les moyens modernes de communication redimensionnent la relation humaine avec le monde qui l'entoure, devenant l'une des sources les plus importantes de la formation du profil spirituel individuel. Apparaît, par conséquent, le besoin de regarder ces ressources comme des supports dans l'éducation, indépendamment de l'âge du sujet. Partant du fait que dans de nombreux cas, la communication médiatisée peut servir d'apprentissage et de formation, nous avons besoin d'un effort supplémentaire de clarifier le contenu de l'information et d'insister sur l'interprétation de ces documents.

Dans le processus de modernisation, l'école est obligée d'intégrer et d'exploiter la gamme de produits offerts par les industries de l'information moderne. Ainsi, les produits médiatiques sont utilisés de plus en plus souvent, mais pas suffisamment, comme matériel didactique très efficace. Sont utilisés de différents médias pour diffuser des messages imprimés ou basés sur le film et sur support électronique. Dernièrement, l'utilisation des ordinateurs a permis la création de complexes multimédia, combinant le texte écrit, le son et l'image, résultant de nouveaux produits. Par une action convergente, les médias et l'école sont un système d'enseignement complet et efficace, capable de satisfaire les exigences de formation imposées par la société moderne. Dans un tel processus complexe, l'élève est la personne la plus motivée.

1.31. RESURSE CE CONTRIBUIE LA ASIGURAREA CALITĂȚII PROCESULUI INSTRUCTIV-EDUCATIV

Prof. Panaite Liliana
Prof. Trufin Eugenia
Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir”
Suceava, România

Abstract

Educational process includes all activities taking place in schools under the guidance of teachers to educate students and is structured on three fundamental components: teaching, learning and assessment, each component being materialized methods, processes and forms of activity specific. Conducting educational process involves the simultaneous participation of teachers and students, and teaching becomes more fruitful, the more thoroughly and carefully prepared, supported by a number of curricular documents, without which success in education and training students would not occur. Among these documents are identified curriculum documents principal (curriculum framework educational curriculum, textbook) and in support of an important role curricular auxiliary guides methodical îndrumătoarele, norms and teaching aids, describing conditions application and process monitoring curricular. These resources are related manuals are part of the curriculum support and facilitates the practical teaching, curricula recovery and / or textbooks.

Given the variety of contexts of use, usefulness of a resource changes radically from one situation to another. As resources become increasingly relevant to students' needs, but also affordable, they acquire greater utility. If we refer to the material, it can be said that technical progress has spurred diversify and improve these resources because they are "raw materials" that facilitates learning. Resources can be provided by a person better informed in order to broaden or deepen their knowledge or perception of others. The resources can be gathered and the student. Students should be encouraged to use the widest possible range of resources during the documentation and during the teaching-learning should be advised to check and compare information on the same subject, from different sources and not rely on one source. As part of efforts gathering information prove very useful resources such as websites, original documents and discussions with experts. Such resources abundantly prove their worth in the stage in which students have to look for basic theoretical information, but also information on the latest achievements in the field of study. Thanks to this process to actively search for relevant information, students learn how to gather information, how to check sources and how to evaluate the quality of information collected, thus contributing to strengthening the skills of problem solving and critical thinking.

Developments in information technology and communications has led to refinement of the classic way to learn. Learning is oriented person, allowing students to choose content and tools appropriate own interests. Traditional learning how to become unmanageable education compared to Web-based resources. Both teachers and students can exchange ideas, opinions via e-mail or social networking sites. Adapting to these news in resources that can be used in teaching is absolutely necessary if it is desired to quality education.

Development of information society claims new skills and digital skills that are necessary for employment, education and training, self-development and active involvement in society. In order to obtain the most efficient and compatible with the resources of students studied discipline, selection

should be done very competently, without overstressing or exaggerations. Here comes the role of human resource teacher, who designs, plans, organizes, directs, controls educational process and must demonstrate tact and modern pedagogical teaching. Role should not be overlooked any student who participates in the teaching process both as object, especially as the subject of education.

Activitatea didactică este în general înțeleasă și practică nu ca simplă îndatorire de transmitere de noi cunoștințe, ci ca proces interactiv prin care pregătirea elevilor urmărește educarea lor în vederea acumulării de noi cunoștințe, în spiritul responsabilizării față de sine și față de societate.

Procesul instructiv educativ cuprinde astfel totalitatea activităților sistematice și organizate, care se desfășoară în școli, sub îndrumarea cadrelor didactice, în scopul educării elevilor, și este structurat pe trei componente fundamentale: predarea, învățarea și evaluarea, fiecare componentă fiind concretizată prin metode, procedee și forme de activitate specifice. Desfășurarea procesului instructiv-educativ implică participarea simultană a cadrelor didactice și a elevilor, iar activitatea didactică devine cu atât mai rodnică, cu cât este mai temeinică și mai minuțios pregătită, susținută de o serie de documente curriculare fără de care succesul în instruirea și formarea elevilor nu ar avea loc. Astfel, conținutul procesului educativ se organizează și planifică prin documente școlare ce au rolul de a-i imprima acestuia un caracter obiectiv, coerent și unitar. În acest fel procesul instructiv-educativ și conținuturile educaționale se obiectivează prin documente școlare sau documente (produse) curriculare. Produse curriculare sunt toate documentele normative care rezultă în urma demersurilor curriculare. În rândul acestor documente se identifică: documente curriculare principale (Planurile-cadru de învățământ, Programa școlară, Manualul școlar), acestea fiind documente curriculare oficiale elaborate la nivel central (minister), cu rolul de a orienta procesul instructiv-educativ desfășurat în instituții specializate, pe nivele de școlaritate și pe profile. În sprijinul acestora un rol important îl au auxiliarele curriculare, ghidurile metodice, îndrumătoarele, normele metodologice și materiale didactice de ajutor care descriu condițiile de aplicare, de monitorizare a procesului curricular au prevăzute sugestii metodologice. Aceste resurse sunt conexe manualelor, fac parte din curriculum-ul de suport și facilitează demersurile didactice practice, de valorificare a programelor școlare și/ sau a manualelor școlare.

Auxiliarele curriculare sunt produse curriculare utilizate de cadrele didactice și de elevi, în procesul didactic, pentru implementarea adecvată și eficientă a curriculumului.¹⁰ În conformitate cu documentele curriculare specifice învățământului profesional și tehnic, cadrele didactice proiectează situațiile de învățare astfel încât dobândirea achizițiilor învățării de către elevi să aibă rol adaptativ - social și profesional, iar diferențele individuale și nevoile elevilor să constituie repere centrale. De asemenea, auxiliarul curricular poate contribui la formarea și dezvoltarea capacității elevilor de a reflecta asupra lumii și totodată poate oferi elevului cunoștințele necesare pentru a acționa asupra acesteia, în funcție de nevoile și dorințele sale de a formula și rezolva probleme bazate pe interdisciplinaritate. O observație importantă, este cea referitoare la faptul că toate activitățile, exercițiile propuse elevilor prin auxiliarele curriculare urmăresc atingerea criteriilor de performanță în condițiile de aplicabilitate descrise în standardul de pregătire profesională și pregătesc elevul în vederea evaluării competențelor din unitățile de competență, prin probele de evaluare prevăzute în standarde. Auxiliarul curricular este un material care cuprinde informații ce vin în sprijinul profesorului și al elevului pentru buna desfășurare a procesului instructiv - educativ, oferind sugestii metodologice pentru activitățile propuse elevilor precum și o serie de materiale de referință atât pentru profesor cât și pentru elevi. Fișele de documentare, fișele de lucru, fișele de lectură suplimentară, lista cuvintelor cheie, incluse în auxiliar pot fi utilizate de către profesor ca material didactic atunci

¹⁰ <http://www.tvet.ro/index.php/ro/harta-site/153.html>

când activitatea elevilor se organizează pe grupe sau individual. Aceste fișe reprezintă un alt mod de organizare și structurare a conținuturilor științifice, mult mai atractiv pentru elevi și mai ușor de utilizat în activitatea de predare - învățare. În ceea ce privește evaluarea activităților de învățare, aceasta va putea fi realizată atât de elev, cât și de către profesor apelând la fișe de autoevaluare, fișe de evaluare, portofoliul sau mapa elevului. Acesta ar putea conține: rezultate ale lucrărilor și activităților desfășurate, rezultate ale activităților de autoevaluare și dovezi ale discuțiilor care au avut loc, fișe de observație completate de colegi și alte opinii privind activitățile desfășurate, fotografiile sau alte dovezi privind activitatea desfășurată, comentarii ale profesorului privind atitudinea și rezultatele elevului.

Profesorul care utilizează materialele de învățare trebuie să cunoască și să valorifice conținutul acestora, deoarece structurarea informațiilor este generată de curriculumul alcătuit pe baza Standardului de Pregătire Profesională. Acestea sunt o parte din motivele pentru care consider necesară elaborarea de auxiliare curriculare mai ales pentru curriculum în dezvoltare locală (CDL) care conferă unităților de învățământ dreptul de a lua decizii. Prin acest drept, unitățile de învățământ au libertatea de a decide asupra unui segment al Curriculumului Național, reprezentând totodată dovada democratizării societății și accesul liber la un sistem de învățământ deschis, adaptat nevoilor societății.

În ceea ce privește selectarea, utilizarea și chiar elaborarea auxiliarelor curriculare se dovedește uneori a fi obligatorie pentru fiecare cadru didactic deoarece pentru ca o lecție să fie bună ea trebuie întotdeauna să fie rezultatul unei proiectări corespunzătoare, iar documentul de proiectare trebuie să fie un instrument necesar, de lucru pentru cadrul didactic. În contextul actual, conceptul central al proiectării didactice se dovedește a fi demersul didactic personalizat, iar un instrument al acestuia este auxiliarul curricular.

Mai mult decât atât și Legea Educației Naționale (2011) este un argument în favoarea nevoilor de schimbare accentuată și accelerată a învățământului preuniversitar românesc. Referirile explicite ale legii la nevoia de reformare a curriculumului școlar se corelează cu prevederi care au impact indirect asupra acestui domeniu, cum ar fi: o mai mare implicare a comunității locale și a părinților în viața școlii, flexibilizarea criteriilor de promovare în carieră, întărirea caracterului social, interdisciplinar și tehnico-aplicativ al cunoașterii transmise în cadrul formal al școlii. În aceste condiții, curriculumul școlar românesc intră într-o etapă de reformă avansată, care presupune o nouă concepție asupra curriculumului școlar, un nou cadru de referință pentru proiectarea, implementarea și evaluarea curriculară, documente curriculare moderne și condiții de implementare în sistem, coerente cu acestea.

Modernizarea învățământului impune astfel diversificarea experiențelor de învățare ale elevilor, apropierea școlii de viața reală, de activitatea practică. De aceea, în afara clasei tradiționale, lecțiile organizate în afara școlii permit elevilor un contact direct cu problemele caracteristice domeniilor diverse de activitate. În cadrul învățământului profesional și tehnic, spre exemplu, un mediu de instruire oferit de agentul economic constituie o resursă care permite atingerea unor obiective pedagogice diverse, ducând astfel la creșterea eficienței lecțiilor. Modificarea semnificativă adusă uneia dintre variabilele lecției – locul de desfășurare, antrenează schimbări la nivelul tuturor celorlalte variabile (conținut, strategii, modalități de evaluare). Astfel, lecția desfășurată la agentul economic beneficiază de existența unor mijloace specifice, cum ar fi: echipamente de birou, materiale publicitare reale, cărți și reviste de specialitate, care favorizează învățarea prin descoperire. Pot fi utilizate cu prioritate metodele active, bazate pe explorarea directă a realității (observarea sistematică, experimentul) sau pe acțiune (joc de rol, proiectul), iar elevii pot desfășura activități independente (completarea unor fișe de observații, întocmirea unui jurnal de activități practice).

Plecând de la aceste aspecte, activitatea didactică, în calitatea ei de proces cu finalitate, trebuie concepută, organizată și condusă astfel încât obiectivele sale să fie atinse. Printre elementele asupra

căroră se impune a se opri proiectarea didactică se află, alături de metodele didactice, mijloacele de învățământ. Prin mijloace de învățământ înțelegem un ansamblu de instrumente, materiale, produse adaptate și selecționate în mod intenționat pentru a reuși atingerea finalităților procesului instructiv-educativ. Sunt de fapt resurse care, prin funcțiile lor, conduc la realizarea scopurilor fundamentale ale acțiunii didactice, ce ajută la desfășurarea procesului instructiv-educativ și care contribuie în mod esențial la creșterea eficienței actului de învățare.

În vederea obținerii celor mai eficiente și compatibile resurse cu disciplina studiată de elevi, mai ales dacă este din curriculum în dezvoltarea locală, selectarea trebuie făcută cu multă competență, fără suprasolicitări sau exagerări. Aici intervine rolul resursei umane, profesorul, cel care proiectează, planifică, organizează, îndrumă, controlează procesul instructiv-educativ și care trebuie să dea dovadă de tact pedagogic și stil modern de predare. Nu trebuie omis nici rolul elevului, cel care participă la procesul didactic atât ca obiect, dar mai ales ca subiect al educației.

Dacă ne referim însă la resursele materiale se poate afirma că progresul tehnicii a impulsionat diversificarea și perfecționarea acestor resurse deoarece ele reprezintă „materialele brute” care facilitează învățarea: baze de date electronice, manuale alternative, imagini, documente originale dar și persoane (specialiști în domenii diverse). Resursele pot fi puse la dispoziție de către o persoană mai bine informată (de ex. profesorul), cu scopul de a lărgi sau aprofunda cunoștințele sau percepția altora. De asemenea, resursele pot fi adunate și de către elev, pe măsură ce apar întrebările și/sau nevoile (ex. lecțiile vizită la agenți economici). Dată fiind varietatea contextelor de utilizare, utilitatea unei resurse se modifică radical de la o situație la alta. Pe măsură ce resursele devin tot mai relevante pentru necesitățile elevilor, dar și accesibile, ele dobândesc o utilitate mai mare. Elevii trebuie încurajați să folosească o gamă cât mai variată de resurse pe parcursul documentării dar și în timpul procesului de predare-învățare. De asemenea, trebuie îndrumați să verifice și să compare informațiile pe același subiect, provenind din surse diferite, și nu să se bazeze pe o singură sursă.

În cadrul eforturilor de strângere de informații de o mare utilitate se dovedesc resursele precum site-urile, documentele originale și discuțiile cu experții. Acest gen de resurse își dovedesc cu prisosință utilitatea în etapa în care elevii trebuie să caute informații teoretice de bază, dar și date despre ultimele realizări din domeniul studiat. Grație acestui proces de căutare activă a informațiilor relevante, elevii învață cum să adune informații, cum să verifice sursele și cum să evalueze calitatea informațiilor adunate, contribuind astfel la consolidarea competențelor de soluționare a problemelor și de gândire critică.

Internetul este resursă și în același timp un excepțional suport în activitățile de predare și învățare, pentru că are o mare capacitate de a oferi oricărui elev sau profesor, din orice instituție școlară, beneficii formative în procesul de învățare: acces la informații din toate domeniile de cunoaștere și activitate; posibilități de documentare, de obținere de informații specifice și actuale; exersarea capacităților de informare, actualizare, selecție, și prelucrare a informației; multiplicarea ocaziilor de manifestare a creativității și a anticipării rezolutive; mediu de comunicare chiar și în afara programului școlar; exersarea competențelor comunicative în scris; spațiu pentru învățare în cooperare și de creare colaborativă de produse inovative; acces la forme de instruire la distanță de tip formal și nonformal.¹¹

Putem remarca deasemenea valențele benefice pe care internetul le are în predarea, învățarea sau evaluarea disciplinelor școlare și faptul că nu mai există multe domenii în care resursele web să nu joace un rol fundamental în rezolvarea problemelor curente. Dezvoltarea tehnologiei informației și comunicațiilor a condus la nuanțarea modului clasic de a învăța. Învățarea este orientată către persoană, permițând elevilor să-și aleagă conținutul și instrumentele corespunzătoare propriilor interese.

¹¹ *Competențe cheie TIC în curriculum școlar –suport de curs*, http://www.danubius.info/TIC/suport_curs_tic.pdf

Modul de învățare tradițional a devenit greu de gestionat în comparație cu învățământul bazat pe resursele Web. Atât profesorii cât și elevii pot schimba idei, opinii, prin intermediul e-mailului, chat-ului sau site-uri de socializare. Aceștia pot organiza excursii virtuale în locuri mai greu accesibile elevilor. Adaptarea la toate aceste noutăți în domeniul resurselor ce pot fi utilizate în activitatea didactică este imperios necesară dacă se dorește obținerea unei educații pentru calitate. Iar în ceea ce privește calitatea materialelor de învățare, nici aceasta nu este de neglijat în susținerea demersului pedagogic, care se focalizează pe competențe. Dezvoltarea societății informaționale permite și pretinde, totodată, noi competențe digitale și abilități care sunt necesare pentru ocuparea forței de muncă, educație și formare profesională, auto-dezvoltare și implicare activă în societate. Tehnologiile informatice și de comunicații sunt considerate mijloacele obligatorii ce trebuie folosite în educația elevilor, educație adaptată cerințelor, schimbărilor globale. Acestea îi ajută pe elevi să se adapteze permanent la inovațiile tehnologice, facilitând în același timp, accesul la cunoaștere.

Profesorul are rolul de a derula activitățile în vederea atingerii competențelor specifice stabilite prin disciplina de studiu, având libertatea de a dezvolta anumite conținuturi și de a le eșalona în timp, implicând totodată activ elevii atât în realizarea sarcinilor de lucru cât și în evaluarea activităților sale, determină o bună colaborare între profesor-elev, încurajând creativitatea și participarea activă a elevilor, punând accent pe formarea deprinderilor practice și dezvoltarea gândirii. Numai în acest fel asigurarea calității procesului instructiv-educativ în contextul eficientizării și modernizării activității metodicodidactice, dar și a sistemului educațional în general, bazat pe realizările reformelor inițiate în domeniu, constituie esența întregii activități a personalului didactic din cadrul învățământului.

Bibliografie:

1. Oprea, Crenguța Lăcrămioara - *Strategii didactice interactive, repere teoretice și practice*, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 2008
2. Druță, Maria Elena; Grünberg, C. - *Didactica disciplinelor economice*, Ed. ASE București, 2003
3. <http://www.tvet.ro>
4. <http://www.danubius.info>, *Competențe cheie TIC în curriculum școlar –suport de curs*,
5. Legea Educației Naționale - 2011

1.32. UN MODEL DE PROIECTARE DIDACTICĂ: APELE CURGĂTOARE DIN ROMÂNIA

Prof. Daniela Panțiru
Colegiul Economic "Dimitrie Cantemir"
Suceava, România

Abstract

Didactic planning is one of the essential parts of the educational process, ensuring the efficiency of the whole teaching endeavor. At the level of lesson planning, it requires a complex of actions through which the development of the teaching process can be anticipated (Viorica Tomescu, 2000). Lesson planning has several drawbacks, starting with the impossibility of building a pattern, which gives great freedom in the teaching process. Thorough lesson planning involves going through some

compulsory stages: setting the specific operational objectives of the lesson, resource analysis, choosing the optimal teaching strategy, setting the appropriate lesson type (Maria Eliza Dulamă, 1996; Viorica Tomescu, 2007), choosing the assessment criteria (C.Cocoș, 1999).

When designing the lesson plan, the schematic structure of the teaching moments is different depending on the type of lesson chosen (I.Bontaș, 2007). While designing lesson plans, teachers can find a variety of models, which can lead to confusions (Liliana Stan, 2003).

You can find below a guiding model of a lesson plan, designed for the Geography lesson “Water Streams in Romania”, XIIth grade.

Proiectarea didactică, reprezintă una dintre laturile esențiale ale procesului instructiv-educativ, asigurându-se eficiența întregului demers didactic. Realizată la nivelul unei lecții, proiectarea didactică presupune o complexitate de acțiuni, prin intermediul căreia se poate anticipa desfășurarea actului didactic (Viorica Tomescu, 2007). Proiectarea lecției are mai multe inconveniente, plecând de la imposibilitatea construirii unui model, ceea ce lasă o mare libertate în realizarea planurilor de lecție. Proiectarea corectă presupune parcurgerea unor etape obligatorii: precizarea/stabilirea obiectivelor operaționale specifice lecției, analiza resurselor, alegerea/stabilirea strategiei didactice optime, alegerea tipului de lecție corespunzător (Maria Eliza Dulamă, 1996; Viorica Tomescu, 2007), alegerea/stabilirea modalităților de evaluare (C.Cocoș, 1999).

În cazul proiectării didactice a lecției, structura schematică a momentelor instruirii este diferită în funcție de tipul de lecție ales (I.Bontaș, 2007).

La proiectarea lecției se poate face apel la o multitudine de modele de planuri de lecții, care, poate conduce la confuzii (Liliana Stan, 2003).

Redăm mai jos un model orientativ de proiect de lecție, realizat pentru disciplina Geografie, lecția: *Apele curgătoare din România*, clasa a XII-a.

Proiect de lecție

Unitatea de învățământ:.....

Profesor:.....

Data:.....

Obiectul: Geografia României și U.E

Clasa: a XII-a

Subiectul: Apele curgătoare din România

Scopul lecției: această lecție este importantă deoarece prin intermediul ei va fi analizată rețeaua hidrografică a României.

Obiective operaționale:

a) Cognitive:

- să explice regimul hidrologic al râurilor din România ;
- să deducă importanța lor;
- să identifice principalele râuri pe hartă;

b) Procedurale:

- să localizeze râurile pe harta României;
- să interpreteze diagrame de debit;
- să completeze harta rețelei hidrografice;

c) Atitudinale:

- să lucreze ordonat;
- să efectueze sarcinile de lucru în timpul acordat.

Resurse materiale: manualul, harta Europei și României, videoproiector, diagrame climatice, atlas.

Evaluare: conversație euristică, explicația, lucrul cu harta, interpretare de diagrame.

Bibliografie:

1. Cuceș, C., *Pedagogie*, Ed. Polirom, Iași, 1999.
2. Dulamă, Maria Eliza, *Didactica geografică*, Ed. CLUSSIUM, Cluj Napoca, 1996.
3. Tomescu, Viorica, *Didactica geografiei*, Ed. Universitară, Craiova, 2007.

DESFĂȘURAREA SITUAȚIILOR DE ÎNVĂȚARE

1. Moment organizatoric:

- verificarea elevilor prezenți;
- pregătirea materialelor;
- conversația;

2. Verificarea cunoștințelor:

- din lecția anterioară prin conversație frontală.

3. Expunere:

- anunț titlul lecției ,explic scopul și prezint obiectivele.

4. Activitate frontală bazată pe conversație și analiza hărții:

- de unde izvorăsc majoritatea râurilor? de ce?
- în ce direcție curg ?
- unde se varsă?
- ce configurație are rețeaua hidrografică a României?

5. Activitate independentă:

-fiecare elev primește harta mută a rețelei hidrografice din România. Folosind harta din manual și/sau atlas, va completa harta cu râurile din grupa de nord- vest și vest.

6. Activitate frontală :

- se face o verificare prin sondaj;
- un elev localizează pe hartă râurile din fiecare grupă;

7. Activitate frontală bazată pe conversație :

- care sunt sursele de alimentare a râurilor?
- care sunt dominante?
- ce este debitul?
- ce factori îl influențează?cum?
- elevii notează în caiete sursele de alimentare a râurilor.

6. Activitate la calculator: se vor analiza diagramele de debit pentru râurile Mureș și Siret, pentru a deduce și explica regimul hidrologic. Elevii vor nota pe caiete concluziile.

7. Activitate frontală bazată pe conversație :

- care sunt domeniile de utilizare a apelor curgătoare? dați exemple?
- de ce unele orașe străbătute de râuri nu se aprovizionează cu apă potabilă din ele?
- ce măsuri de combatere a poluării cunoașteți?

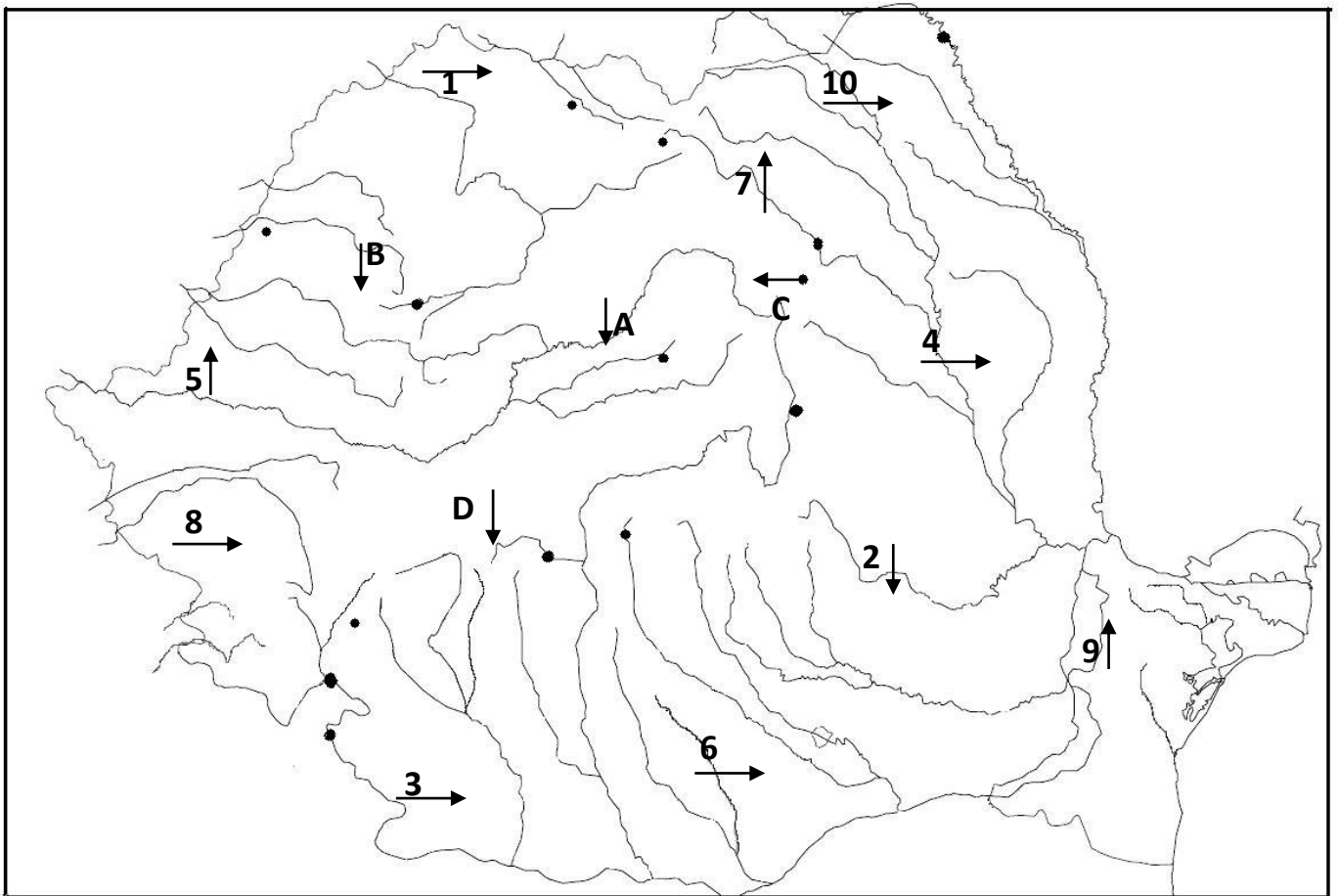
8. Evaluare:

- elevii analizează și interpretează diferite diagrame de debit;
- localizează râuri pe hartă.

Nume si prenume:

Clasa:

**Fișă de lucru
HIDROGRAFIA**



I a) Precizați numele raurilor marcate pe harta cu cifre de la 1-10

b) Precizați numele lacurilor marcate pe harta cu literele A, B, C, D, E

c) Precizați colectorul pentru raurile marcate pe harta cu cifrele 1,3, 9

II Completați propozițiile de mai jos cu informațiile corecte:

1. Lacul Izvorul Muntelui face parte din categoria lacurilor
2. Râul interior cu cel mai mare debit este
3. Singurul lac vulcanic din Romania se numește.....
4. Râul Argeș izvoraste din Munții
5. Râul colector al râurilor din grupa vestică este

III Explicați:

a) Modificarea salinității Mării Negre în raport cu adâncimea

b) Modul de formare a unui liman maritim

1.33. LES AVANTAGES DE L'UTILISATION DU MULTIMEDIA DANS L'ENSEIGNEMENT DE LA LANGUE FRANÇAIS

Prof. Pelin Elena Cosmina
École Secondaire “Miron Costin”
Suceava, România

Abstract

The arrival of multimedia in the educational landscape is a new way for teachers who want to diversify teaching lesson in order to transmit clearly, efficiently and interactively their knowledge both in a modern and traditional way. With these new tools, knowledge become more tangible and students feel more involved in learning French. It is important that these contents are used wisely and to be integrated in teaching practice.

The advantages of the use of multimedia in teaching French language are:

- *motivation (accessibility, interactivity and game);*
- *behavioral development (psychic employment component of the computer);*
- *method and rigor;*
- *work at their own rhythm;*
- *autonomy (the learner becomes an actor of knowledge);*

There is a strong presence of the multimedia and of technology in the education system. Pressure is growing strongly on pupils / students. Also there is a social pressure which considers it's necessary to learn / teach / and use technology at school. Even without using pedagogically, technologies enter the classroom. With the Internet, information sources are more numerous, more accessible and faster.

L'arrivée du multimédia dans le paysage pédagogique est une aubaine pour les enseignants qui ont à cœur de diversifier leur enseignement pour transmettre de manière toujours plus claire, efficace et interactive des savoirs aussi bien modernes que traditionnels.

Grâce à ces nouveaux outils, les savoirs véhiculés deviennent tangibles et les élèves se sentent plus impliqués dans leur apprentissage du français. Il est cependant important que ces contenus soient utilisés à bon

escient et intégrés par les enseignants dans leur pratique pédagogique.

Les avantages de l'utilisation du multimédia dans l'enseignement de la langue français sont : la motivation (attrait de la nouveauté, facilité d'accès, interactivité et jeu) ;

- le développement comportemental (la composante psychique de l'emploi de l'ordinateur) ;
- méthode et rigueur ;
- le travail à son rythme ;
- l'autonomie (l'apprenant devient acteur de la connaissance) ;

L'Internet :

Permet à l'apprenant d'être en contact avec la langue dans son authenticité ;

Fait entrer le monde extérieur dans la classe ;

Sert de déclencheur d'activités diverses.

Un cours Internet est porteur d'une pédagogie centrée sur l'apprenant.

Les cours Internet empruntent généralement le modèle de la formation à distance, où l'apprenant a le plus grand contrôle possible sur le choix du moment, du lieu et du rythme de son apprentissage. Devant son écran d'ordinateur, l'apprenant n'est plus en situation d'écoute en face de son professeur. Grâce aux technologies de la communication, l'apprenant peut entretenir des contacts avec les autres apprenants tout en étant encadré par le professeur. Mais l'utilisation d'Internet en classe de FLE constitue un avantage seulement dans la mesure où il contribue à développer la compétence de communication des apprenants. Utiliser l'Internet en classe, ce n'est pas lire sur un écran chacun dans son petit coin... Pour tirer le plus grand profit de cet outil fascinant et susciter « le désir d'apprendre » de vos élèves, voici des règles à respecter :

Règle 1 : Utilisez l'Internet pour entraîner les quatre compétences. Rechercher des informations. Lire – Ecrire – Ecouter – Parler. Les élèves réalisent alors une activité de lecture sélective ou globale. Ecoutez des documents audio-(visuels) permettant des activités de compréhension orale. L'expression écrite avec les forums de discussion, les e-mails, les blogs...

Règle 2 : Intégrez l'activité Internet dans un ensemble d'activités d'apprentissage. Les activités de recherche d'information et de lecture sur Internet ne seront pas isolées. Elles prendront tout leur intérêt si elles sont précédées (et suivies) d'autres activités d'expression orale et écrite qui permettront de créer le contexte nécessaire à la réalisation de la tâche. L'ensemble des activités visent à développer les connaissances et compétences linguistiques, sociolinguistiques (adéquation du discours à la situation de communication), discursives (fonctionnement des textes), référentielles (du monde), socioculturelles (connaissance des cultures et des sociétés francophones).

Règle 3 : Augmentez le degré d'implication des élèves.

Grâce à l'Internet, le monde de la francophonie entre dans la classe et la langue française acquiert le statut de langue vivante de communication contemporaine partagée par des locuteurs d'origine sociale, culturelle et ethnique différente. C'est un médium très motivant pour les élèves et les professeurs. Quelques principes pédagogiques simples pour augmenter cette motivation : La pédagogie de la tâche et la pédagogie différenciée. L'élève sera impliqué davantage si nous lui donnons une tâche en partant de ses centres d'intérêt à lui. Un petit exemple pour expliquer cette idée. Admettons que nous ayons travaillé avec une chanson du groupe Manau (rap celtique) que les élèves ne connaissent pas. Nous pouvons leur demander de formuler, en groupe de deux élèves, des questions sur le groupe, auxquelles ils souhaitent recevoir une réponse, avant d'entamer leur recherche sur le site officiel de Manau. Les questions de la classe peuvent être mises au tableau mais chaque groupe peut rechercher les informations qui l'intéressent. C'est le principe de la pédagogie différenciée. Et, quel est le but de la recherche de ces informations ? Les élèves communiquent les résultats de leur recherche à leurs compagnons de classe et ensuite les groupes doivent rédiger un petit texte de présentation du groupe Manau (de 10 lignes) pour la couverture de leur nouveau CD. C'est le principe de la pédagogie de la tâche qui est, en somme, une pédagogie du sens parce qu'elle contextualise l'activité en attribuant à l'élève un rôle (créateur/dessinateur de couvertures pour disques CD) et une intention de communication (écrire un texte de présentation) destiné à un public précis (l'acheteur potentiel de l'album).

Suspens, suspens... Surprise, surprise. Captiver l'attention des élèves, ce n'est pas toujours facile mais c'est possible. Introduire dans la démarche un effet de surprise ou une énigme peut contribuer à leur donner envie d'apprendre.

Règle 4 : Augmentez la communication entre les élèves

Le déficit d'information (information gap). Dans la vie réelle nous communiquons pour échanger des informations, pour combler un vide. Si vous et votre ami(e) avez regardé le JT à la télé, vous ne lui demanderez pas ensuite de vous raconter ce qui a été dit. Cela n'aurait aucun sens puisque vous partagez la même information. Il y a communauté de répertoire. Si, par contre, votre ami n'a pas eu l'occasion d'écouter le JT et que vous le lui résumez, il y a un réel besoin de communication et

c'est ici que l'interaction prend tout son sens (pédagogie du sens). Si nous voulons que l'élève soit motivé pour parler et communiquer en français, il faut que nous créons une situation de communication avec un réel enjeu. Comment ? En introduisant systématiquement une tâche à résoudre, avec un déficit d'information qui requiert une interaction entre les interlocuteurs. Les élèves ne rechercheront pas les mêmes informations sur Internet mais des informations différentes qu'ils échangeront ensuite.

Règle 5 : Adaptez la tâche au niveau des élèves

L'Internet est exploitable même avec des débutants. Cela dépend de la tâche que vous assignez aux élèves. C'est la tâche qui fait la difficulté plus que le document, même si certains documents sont plus complexes que d'autres.

Règle 6 : Exploitez la dimension visuelle de l'outil

Les photos, les images, les illustrations, les vidéos et les animations (aspect interactif) sont autant d'indices contribuant à conférer du sens au texte écrit à l'écran. Contrairement aux autres média, les sites Internet offrent souvent trois canaux complémentaires d'accès au sens : images (animées ou non), texte écrit, commentaire oral. La compréhension s'en trouve facilitée car l'élève peut mettre en œuvre des stratégies de compensation s'il ne comprend pas le texte écrit et/ou oral. L'exploitation des images permet en outre d'aller vers ce que l'élève sait faire sans s'arrêter à ce qu'il ne sait pas encore faire. En effet, tout élève est bien capable de retirer une information des images à condition que les questions posées soient suffisamment ouvertes. Cela rejoint le principe que c'est la tâche qui fait la difficulté.

Règle 7 : Prévoyez des tâches supplémentaires pour les apprenants rapides. C'est encore un fois le principe de la différenciation. La flexibilité d'emploi de l'outil rend moins contraignantes les différences de rythme de travail des apprenants pour les élèves et pour le professeur qui aura moins de mal à gérer sa classe s'il prévoit une occupation éducatives pour les élèves les plus doués en français.

Règle 8 : Prenez plaisir à enseigner avec Internet.

Très souvent, on parle de la motivation des élèves. Mais, qu'en est-il de la motivation des professeurs ? La plupart des professeurs sont créatifs et gourmands de connaissances. Le travail avec Internet et, en général, avec des documents authentiques actuels, leur permet aussi de continuer à apprendre ensemble avec leurs élèves et d'emblée, à rester motivés dans l'exercice de leur métier. Intégrer les TICE en classe de langue c'est souvent renouer avec le « plaisir d'enseigner »

Nouveaux outils d'aide à l'apprentissage

- des outils d'échanges : mail, forum, liste de discussion, classe virtuelle, chat ;
- des outils d'informations : push, bibliothèque, FAQ ;
- des outils de création de savoir : prise de main à distance, espace de travail commun.

Nouveau rôle de l'enseignant

apprendre à maîtriser de nouveaux outils et de nouvelles méthodes d'encadrement des apprenants ; corriger des travaux en ligne, répondre au courrier électronique, animer des groupes de discussion, organiser des travaux d'équipe à distance, gérer son temps et les attentes des apprenants ; modérateur, facilitateur ou animateur dans le contexte d'un encadrement collectif ;

expert de contenu, correcteur et pédagogue dans le contexte d'un encadrement individuel, tout en devant susciter régulièrement la motivation

Activités pédagogiques – exemples

Après avoir vu une émission de météo, on peut :

Réactiver des connaissances lexicales

Nommez les pays que vous connaissez. Les élèves travaillent en petits groupes.

Lors de la mise en commun, *classez les pays par continent.*

Variante : faire la même chose avec les villes et les classer par pays.

Après avoir écouté une interview, on peut :

Travailler sur la caractérisation de l'interviewé

Donnez des informations sur la vie ou sur les activités de l'interviewé.

Sa voix est-elle : grave ? aiguë ? calme ? ferme ? tremblante ?

Parle-t-il rapidement ou lentement ? Avec fluidité ou hésitation ?

Après avoir vu un générique on peut émettre des hypothèses sur le contenu des sujets à partir du texte noté à l'écran

Repérez le titre. A votre avis, à qui s'adresse cette émission ?

Relevez le plus de mots possible notés à l'écran.

Déterminez quelles sont les informations que le texte noté à l'écran nous apporte sur l'émission (genre de l'émission, contenu, animateur, réalisation ...)

Après avoir vu un journal télévisé ou un reportage, on peut :

Quels sont les pays cités dans le document ?

Quels sont les personnages célèbres que vous reconnaissez ?

Notez combien de sujets différents sont traités dans le journal.

En commun, identifier les différents sujets traités.

Ecrivez une phrase ou un petit texte sur chaque sujet ou sur un sujet au choix.

Après avoir vu un spot publicitaire :

Créer des slogans

D'après le slogan de la publicité analysée, créez d'autres slogans pour d'autres produits.

Passer trois publicités

Quelle publicité préférez-vous ?

Etablissez un classement des meilleures publicités. Expliquez votre point de vue.

Il y a donc, une omniprésence des technologies dans l'enseignement. La pression est de plus en plus forte, de la part des élèves / étudiants. Egalement une pression de la société qui considère qu'il faut apprendre/enseigner/utiliser les technologies à l'école, et que cela favorise l'apprentissage. Même sans les utiliser pédagogiquement, les technologies entrent dans la salle de classe et rendent l'enseignement plus complexe. Avec Internet, les sources d'information sont plus nombreuses, plus accessibles et plus rapides.

Bibliographie :

Duchâteau, C. (1992). L'ordinateur et l'école ! Un mariage difficile ?. Namur : CeFIS, Facultés N-D de la Paix.

Lafontaine, D., Grisay, A., et Orban, M. (1987). Enseignement et enseignants : mutations et perspectives à l'heure des nouvelles technologies. Liège : Laboratoire de Pédagogie Expérimentale, Université de Liège.

<http://www.echofle.org/COURSES/DocumentsDidactiques/Internetenclassedelangue>

<http://www.lepointdufle.net/p/fle-internet.htm>

<http://www.didactielang.eu/fr/>

1.34. JOCUL DE ROL, DRAMATIZAREA - METODE ACTIVE- PARTICIPATIVE. SUPT EFICIENT PENTRU IMPLEMENTAREA EDUCATIEI FORMALE/ NONFORMALE. APLICAȚII INTERDISCIPLINARE

prof. Pinteia Silvia Andreea
prof. Crăciun Mirela Alina
Colegiul Tehnic „Alexandru Ioan Cuza”
Suceava, România

Abstract

The present study has as purpose to bring into light the importance of some effective didactical methods for the implementation of formal \ nonformal education. Role-play is a very well-known method especially for Romanian subject through which is intended an approach of literature and text particularly.

The main is to only through application, without any other theoretical information, is that of looking at and analysing a recovered text from "Adela" set piece, by Garabet Ibraileanu, from a literary point of view but also from phylosophic one the basic text offers this possibility because phylosophical concepts are inserted all over like "platonice love", "love", "the woman", "the condition of the intellectual".

This endeavour has many stages and it has as a departure the drama of the text for analysis. The interpretation, alnalasys and conclusion regards the two approaches: literally and phylosophical the some structures are following.

In conclusion, the study is centred on analisys, at the level of application interpretation and the comment of a dramatized from double perspective.

Argumentare

Se poate cu ușurință afirma faptul că prima caracteristică a abordărilor literaturii în filosofie este aceea, banală la prima vedere, că e vorba de interpretări. Raportul dintre un demers filozofic propriu-zis și literatură nu poate fi intermediat decât de discursul median al hermeneuticii. Filosoful interpretează respectivul text literar, având un anumit scop și o anumită direcție a interpretării: el vrea să ajungă undeva și crede că respectiva piesă literară îi servește de minune pentru a ilustra scopuri diverse. Tocmai de aceea, filozoful alege o piesă literară determinată pentru a o interpreta, pentru a obține, grație acestei interpretări și prin această interpretare, respectivul sens căutat. El nu este interesat de construcția piesei literare, de structura sa, de calitățile sale estetice (domeniu strict literar), ci de sensul pe care piesa literară îl conține. Nu este vorba însă de un sens uzual, ci de unul profund, subteran, fundamental, un zăcământ de sens ce nu este sesizat la prima vedere și care, în genere, scapă privirii obișnuite. Filozoful se vede chemat să scoată la suprafață acest zăcământ fundamental de sens, să îl expună și să îl articuleze la un nivel filozofic explicit. Acest zăcământ de sens din opera literară este scos la lumină cu ajutorul unei grile conceptuale prealabile. Literatul are alte scopuri, văzute din alte perspective, însă, la final, ele se întâlnesc într-un tot unitar. Iși dorește să analizeze forma, structura, să identifice tema, să observe tipologiile personajelor și abia la sfârșit să ofere o interpretare „încorsetată”, dacă este posibil, în domeniul filosofiei.

Obiectivul nostru central este acela de a privi un text reconstituit după o operă literară atât din punct de vedere literar, cât și din punct de vedere filosofic (textul de baza ofera această posibilitate deoarece inserează pe tot parcursul lui concepte filosofice ca *iubirea platonice, dragostea, femeia, condiția intelectualului* etc).

Demersul urmează mai mulți pași și are ca punct de plecare dramatizarea fragmentului supus analizei (Anexa 1). Interpretarea, analiza și concluziile vizează cele două abordări, literară și filosofică, urmând două fișe de lucru (Anexa2, Anexa3), concepute conform aceleași structuri.

Competențe generale:

- Utilizarea corectă și adecvată a limbii române în receptarea și în producerea mesajelor, în diferite situații de comunicare;
- Argumentarea orală a unor opinii în diverse situații de comunicare

Competențe specifice:

- Expunerea orală a unor opinii/comentarii pe marginea textului dramatizat
- Folosirea unor tehnici variate pentru analiza unor texte diverse
- Evidențierea unor posibilități diferite de interpretare a aceluiași text în funcție de mai multe perspective de lectură și unghiuri diferite (literatura, filosofie)
- Argumentarea unei opțiuni personale în confruntarea cu puncte de vedere divergente

Resurse materiale: material bibliografic, fișe de lucru, anexe, spațiu adecvat pentru jocul de rol, recuzită necesară;

Resurse umane: pentru discuția literară (elevi din clasele a IX-a, a X-a)
pentru analiza de tip filosofic (elevi din clasele a XII-a)

Resurse procedurale: problematizarea, conversația euristică, dezbateră, analiza, dialogul;

Metode de evaluare: valorificarea răspunsurilor elevilor în discuție, feed-back dat elevilor, nota;

Bibliografie

Ibrăileanu, G., *Adela*, Ed. Jurnalul Național, București, 2009

Jauss, Hans -Robert, *Experiență estetică și hermeneutică literară*, Editura Univers, București, 1983

Pamfil, Alina, *Didactica limbii și literaturii române. Gimnaziu*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 2000

Schopenhauer, Arthur, *Viața, amorul, moartea*, Colecția Filosofie, București, 2010

Zamfir, Cătălin *et alli*, *Dicționar de sociologie*, Ed. Univers, București, 2006

*** *Manual de filozofie pentru clasa a XII-a*, Corint, 2008

ANEXA 1

ADELA

adaptare după romanul omonim al lui Garabet Ibrăileanu

Personaje: Adela, Emil, coana Anica

Decor: o camera aristocrată, foarte bine îngrijită, cu un mobilier specific pentru începutul secolului al XX-lea, cărți peste tot.

Emil își despachetează lucrurile

SCENA I

Emil : *Uite ... cum s-a adunat aici toată tinerețea mea !*

(Adela bate la ușă.)

Emil: *Cine e?*

Adela: *Adela...*

Emil: *Da, domnișoară...intră...(Adela intră) Ia te uită!*

Adela: *Bună ziua!*

Emil: *Bună ziua ! De necrezut! Ai crescut, Adela!*

A: *DA !*

E: *Ce mare te-ai făcut!*

A: *Ca orice fetiță, în 7 ani .*

E: *Ești frumoasă...!*

A: *Emil, (Emil se apropie de ea și îi sărută mâna) Cher maitre! Deci, te-ai întors!*

E: *M-am întors. M-am izbit de amintiri.*

A: *Maitre cher, ... Cred că ai să te simți bine aici. Să știi că mama ți-a pregătit totul, cu mâna ei. Eu intru foarte rar în camera asta, de când nu mai e tata. Când eram mică veneam des, îmi plăcea aici. Mama te invită la masă . E gata deja...și, te rog, să mă scuzi că nu te-am întâmpinat. (Se duce la cărțile lui Emil). Ca întodeauna multe cărți. Știi, eu mai am și acum cărțile de la tine...și scrisorile (Adela vede pe o masă două fotografii. Una este cu filozoful Schopenhauer și una cu Emil) Da, ăsta cine-i ? (Râde) Seamănă cu tanti Anica...cine-i ăsta?*

E: *Un filozof german, Schopenhauer.*

A: *Aaa! sigur... Un filozof ! Nu poza nevastei...?!*

E: *Nu sunt însurat... încă!*

A: *Știi, cher maitre! Asta ești tu ! Parcă-i o poză de-a tatei în uniformă. E mult mai bine acum. Da, da . Mult mai bine! Ce bine seamănă cu Anica!*

E: *Cu cine???*

A: *Cu Anica, coana Anica!*

E: *Doamne, Adela, ai ramas la fel!*

Schopenhauer e domnul acela care spunea despre femei că nu au altă treabă decât să atragă bărbații în cursă, nu? Banuiesc că știu de ce o spunea. Nu cred să fi fost vreo una care să-i fi întins lui o cursă. De fapt, filosofia este pentru dumneata, cher maitre, eu,...eu mă gândesc la altceva. Iartă-mă, poate te plictisesc. Așa sunt femeile! Iubesc muzica, pictura, broderia... Pentru spiritul meu realist de femeie, poezia, de exemplu, este exagerare și falsificare, incompreensiune pe care o declar, dar pe care cele mai multe femei o ascund.

E: *Tu ești altfel, Adela!*

A: *O ascund din cauza rolului lor de răspundere, de lungă răbdare în conservarea speciei. Femeile sunt mai serioase și mai pozitive, mai puțin sensibile la arta literară, de exemplu, ele cetesc mai ales romane care nu au a da senzația artei, ci pe aceea a vieții, **Anna Karenina**, de pildă.*

A: *Gata. E prea mult! Abia ai venit si eu... te necăjesc!*

Masa e gata!!! Te rog....!

(Se așază la masa pregătită, încercând să servească masa)

SCENA II

(Emil se așază pe scaun și devine melancolic)

A: *Știi, Emil, și pe mine m-a cuprins tristețea oarecum, dar nu o pot defini ! M-au năpădit amintirile, ca să zic așa. Pe de altă parte simt un fel de tulburare, un tremur...așa ca o energie pe care o uitasem undeva în fundul sufletului. Cred că e o amintire a fericirii trecute. Mai ții minte cum dansam?*

(Intră coana Anica, cu o tavă în mână)

Emil: *Ce te uiți așa urât la ea?*

A: *Pentru că seamănă cu Schopenhauer. Și-i la fel de rea ca și el. Da,da, întodeauna are ceva rău de spus despre oameni . Ba că mănâncă slugile prea mult,ba că.... O urăsc!*

E: *Dumneata poți urî, domnișoară?*

A: *AAAA...Pot. Mie nu-mi e indiferent nimeni. Nu-s filozoafă ca alții. Eu urăsc, disprețuiesc,iubesc!*



E: Și crezi că eu nu pot urî? (Se uită la ea)

A: NU, maitre ! Dumneata, nu poți urî. Te cunosc eu bine. Dumneata disprețuiești pe toată lumea, dar nu poți urî. Disprețuiești și nu ai întodeauna dreptate. Dar mie îmi pare bine că-i așa.

E: De ce îți pare bine?

A: Pentru că omul care disprețuiește pe toți, mă prețuiește totuși pe mine.

E: Ești sigură că te prețuiesc?

A: Da ! Pe mine....și pe mama.

(Adela caută prin cameră două viniluri și pune la pick-up o melodie. În timpul acesta aranjează niste flori într-o vază, apoi se așază în fotoliu, luând o carte în mână)

SCENA III

(Adela pe un scaun citește.)

Emil: Ce citești?

Adela: Război și pace ,volumul doi,capitolul...

Emil: Aaa... nu te întrerupe. O să vorbim după ce sfârșești capitolul. Până atunci mă duc să-mi dau și eu o pasență.

Adela: Și cum o să știi că am terminat? Mă crezi pe cuvânt? Știi că semeni cu Prințul Andrei?

E: Așa din profil?

A: Și el e cinic și ironic, în aparență ,dar, în realitate, este sensibil și chiar sentimental.

E: Văd că citești cu atenție.

A: De fapt, este personajul meu preferat din roman. (Emil rămâne pe gânduri). Ce este? Ce s-a întâmplat?

E: Nimic...Semăn cu Prințul Andrei .Și pentru ce mi-ai spus-o? Ca un argument ca să-mi placă prințul?

(Adela îi pune un șal pe umeri)

A: O să răcești!

E: Or ca motiv că prințul îți place ție ! De altfel, nu-mi convine să împarți simpatia ta cu nimeni.

A: Chiar așa?

E: Nici măcar c-un alter ego al meu?

*A.: Nu. În viață lucrurile nu se isprăvesc întotdeauna ca în **Război și pace**. Uneori se isprăvesc ca în romanele care-i plac mamei, unde cei care se iubesc fug, îi cunună un preot în secret și sunt fericiți toată viața. Pentru ce scriitorii cei mari nu-i lasă niciodată pe bieții oameni să fie fericiți? Nu cumva pentru că sunt nefericiți ei, din lipsa de simplitate a sufletului, cum mi-ai spus mata odată?*

E: Operele de ficțiune.... de ficțiune care se isprăvesc cu triumful binelui și cu fericirea sunt false pentru că contrazic realitatea și dezminț experiența omenirii; sunt imorale, pentru că creează iluzii zadarnice; sunt lipsite de interes, pentru că toate fericirile sunt la fel, cum zice Tolstoi, aici de față.

SCENA IV

Adela: Emil, la cine ții mai mult? La mine sau la domnul Timotin? Știu că lui i-ai salvat viața. Totuși, te întreb, din curiozitate feminină.

Emil: Cred că nu țin la nimeni ,mai mult decât la tine. Chiar la nimeni. (Se apropie de Adela) În ce-l privește pe Timotin...îl admir, îl simpatizez, dar prietenia mea pentru tine e cu totul altceva (Îi sărută mâna Adelei).

A: Ai febră. Ești răcit?

E:Nu n-am nimic. Vrei să-mi faci o țigară?

(Adela îi face țigara)

A: Asta este a 10-a .

E: Mulțumesc!

A: Ce muzică frumoasă, nu?

E: Muzică frumoasă nu există. Muzica ori nu e nimic, ori ține de sublim, ori e tot ce zguduie adâncurile ființei noastre.

(Un fragment dintr-o melodie)

SCENA V

Emil: Știi, Adela, eu trebuie să mă retrag.

Adela: Asta înseamnă că ai să pleci iar, Emil?

Emil: Dacă accept, da, ... pentru câțiva ani buni!

A: Cum adică dacă accepți? Ai de gând să nu răspunzi la scrisoarea de la Viena?

E: Nu știu....ezit.

A: Mda, asta cu scrisorile e un vechi obicei de al tău. Țin minte că nici mie nu mi-ai răspuns.

E: Ți-am scris nesfârșite pagini, Adela. N-am timp! Blestematul ăsta de timp m-a oprit!

A: Eu nu-ți puteam scrie dacă nu-mi răspundeai. Aveam senzația ciudată că vorbesc de una singură.

(Emil pleacă, închide ușa. Adela pune o melodie tristă și se așază pe fotoliu, unde rămâne pentru câteva secunde)

CORTINA

ANEXA 2 (Domeniul literar)

FIȘĂ DE ANALIZĂ

Partea I (*Timp al percepției estetice / orizont progresiv*¹²)

1. Numește tema dominantă pe care o poți desprinde din fragmentul dramatizat;
2. Prezintă, în două-trei fraze, aspectul care ți-a captat atenția în piesa de teatru;
3. Indică principalele trăsături ale personajelor pe care le-ai văzut;
4. Definește sentimentul produs de jocul de rol;
5. Precizează trei aspecte care ți-au plăcut.

Partea a II-a (*Timp al interpretării reflexive / orizont retrospectiv*)

1. Precizează ipostazele iubirii așa cum le-ai desprins din romanul *Adela* de Garabet Ibrăileanu;
2. Numește principalele trăsături ale celor două personaje, pe bază de exemple, potrivit etapelor identificate;
3. Prezintă trei aspecte care te-au impresionat în roman;
4. Interpretează finalul romanului;
5. Stabilește o serie de asemănări/deosebiri între episodul dramatizat și roman.

Partea a III-a (*Timp al judecății estetice / reconstituirea*)

1. Cum te-ai simțit la această activitate?
2. Ce noutăți ai învățat?
3. Cum te ajută aceste informații?
4. Ai recomanda lectura romanului prietenilor tăi? De ce?
5. Consideri că sentimentul de iubire ilustrat în roman este de actualitate? Susține-ți punctul de vedere cu argumente.

¹² Jauss, Hans -Robert, *Experiență estetică și hermeneutică literară*, Editura Univers, București, 1983

ANEXA 3 (Domeniul filosofic)

FIȘĂ DE ANALIZĂ

Tema: **Iubirea (Sensul vieții)**

I. Percepția estetică/orizontul progresiv

1. Numește tema filosofică prezentată cu ajutorul piesei de teatru;
2. Prezintă elementele definitorii care ți-au atras atenția;
3. Precizează trei aspecte care ți-au plăcut; definește sentimentul produs;

II. Interpretarea reflexivă/orizontul retrospectiv

1. Precizează înțelesul termenului de *sens al vieții*;
2. Definieste conceptul *de iubire platonice*.
3. Interpretează prezența concepției filosofice a lui Artur Schopenhauer cu privire la problema iubirii, respectiv tema amorului desprinsă din lucrarea sa *Viața, Amorul, Moartea*.
4. Analizați comparativ statutul femeii din piesa de teatru și concepția filosofică a lui Schopenhauer despre femei.
5. Enumerați și exemplificați autori în opera cărora sunt prezente influențele operei lui Artur Schopenhauer.

III. Judecata estetică/orizontul reconstituitiv

1. Cum te-ai simțit la această activitate?
2. Ce noutăți ai învățat?
3. Cum te ajută aceste informații?
4. Consideri că sentimentul de iubire platonice este unul de actualitate? Argumentați-vă răspunsul.

1.35. INCLUDEREA TRATĂRII DIFERENȚIATE A ELEVILOR ÎN CADRUL PROIECTĂRII DIDACTICE

Prof. Pintescu Petruța Mirela
Școala Gimnazială „Dimitrie Păcurariu”
Șcheia, județul Suceava, România

Abstract

This paper is divided into three parts. Firstly, we analyze why we must make a different didactical planning for schoolchildren who learn well, in comparison with those who have poor school results. This different didactical planning aims to lead pupils from the last category to get better school results. In the second part of our paper we take into consideration situations in which this different didactical planning is necessary. Finally, two types of didactical planning are discussed: the classical one, in which the teacher has the main role; the modern one, which is focused on the role of pupils. At the end of our scientific endeavour, some personal conclusions are included.

În cursul celor 21 de ani de experiență didactică efectivă mi-am format o serie de păreri – sedimentate în timp – despre situația învățării în general și a învățării istoriei în special, majoritatea lor fiind confirmate de timp. Pe măsura derulării experienței didactice personale, mi-am sedimentat o părere statornică: tratarea diferențiată a elevilor în cadrul procesului de predare-învățare a istoriei reprezintă o necesitate obiectivă a zilelor noastre, generată de o serie de factori generali și speciali.

În prima categorie se remarcă dezinteresul tot mai accentuat al elevilor față de majoritatea disciplinelor din programa școlară și creșterea numărului de copii care provin dintr-un mediu social și familial care nu favorizează învățarea.

În a doua categorie evidențiem locul oarecum marginal deținut de disciplina Istorie în cadrul programelor școlare din România și necesitățile legate de managementul clasei.

Prezentul material pune în evidență mai întâi cauzele care necesită tratarea diferențiată a elevilor în cadrul procesului de predare-învățare. În continuare, sunt trecute în revistă situațiile în care se aplică tratarea diferențiată a elevilor, ulterior urmând să evidențiem acest lucru la nivelul proiectării didactice. În final, vom pune la îndemâna cititorului o serie de concluzii personale.

1. Cauzele care necesită tratarea diferențiată a elevilor în procesul de predare-învățare

Dezinteresul elevilor pentru actul de predare-învățare a crescut mult în perioada de după 1989, având motivații extra-școlare și intra-școlare. În primul rând/categorie, remarcăm în special faptul că elevilor le este indus de către o mass media deseori iresponsabilă sentimentul că în România „nu ai nevoie de școală” pentru a dobândi o poziție bună în societate, ci numai de bani, dobândiți indiferent prin ce mijloace, de relații profitabile și de diverse „combinații”, la vedere sau subterane. Părinții elevilor au preluat aceste păreri și, voit sau nevoit, elevii au fost și sunt influențați de ele.

În al doilea rând, la dispoziția elevilor de pretutindeni există acum o serie de „tentații” necunoscute înainte de 1989: Internetul, rețelele de socializare, diverse jocuri și gadget-uri electronice – mari consumatoare de timp, care distrag efectiv atenția elevilor de la actul educațional.

Văzând deseori starea de oboseală – în cursul dimineții! – a majorității elevilor și chestionându-i efectiv asupra acestui fapt, răspunsurile sunt invariabile: aceștia petrec 1-2 ore după miezul nopții vizionând filme pe Net sau folosind rețelele de socializare. Evident, participarea la procesul de predare-învățare a acestor elevi va lăsa mult de dorit.

În al treilea rând, status-ul social și material (financiar) al dascălilor a scăzut mult în comparație cu situația existentă înainte de 1989. Este destul de dificil uneori pentru un dascăl să se facă respectat de părinții unor elevi și de elevii înșiși, în contextul în care categoria profesională și socială a profesorilor nu reprezintă în mod cert pentru părinți și elevi un model potrivit/demn de urmat de ascensiune socială.

În al patrulea rând, în prezent, o bună parte a elevilor din mediile rural și urban provin din familii defavorizate la modul general (inclusiv rromi), marginalizate economic și social, în care părinții au o înțelegere și, în consecință, o disponibilitate redusă de a-și îndemna copiii să învețe și să fie disciplinați la școală.

Sumarizând această situație, conchidem că tratarea diferențiată a elevilor este esențială în actuala situație din România, în principal pentru a-i determina pe cei care nu sunt prea mari „prieteni” (sau deloc) cu învățătura. Insuflarea către aceștia a sentimentului că li se acordă atenție și pot rezolva sarcinile relative la învățare trasate de profesor este esențială pentru (re)trezirea interesului pentru școală și evitarea abandonului școlar (mai ales în colectivitățile de rromi). Tratarea diferențiată a elevilor nu trebuie să conducă la o altă situație periculoasă: scăderea cantității de cunoștințe și competențe, ca și a modelelor recomandate/insuflăte elevilor.

Locul marginal deținut de istorie în cadrul procesului instructiv-educativ din România se reflectă în numărul redus de ore din programa școlară: 1 oră la clasele cu profil tehnic. Evident, în acest context, elevii „simt” că istoria are o importanță mai redusă decât – să zicem – matematica,

româna, limbile străine, chimia, fizica etc. În consecință, ei își vor crea – mental – un fel de autojustificare de genul: „nu învăț la istorie, fiindcă oricum nu-i importantă”, uitând însă să-și amintească și faptul – banal – că, oricum, ei nu învață (de la caz la caz: serios sau deloc) la nici o altă disciplină.

Managementul clasei devine în acest caz extrem de important pentru profesorul de istorie: cum să se facă respectați și îndrăgiți de către elevi; cum să-i facă pe aceștia să dobândească minimumul necesar și obligatoriu de cunoștințe de istorie; cum să facă să performeze și, eventual, să exceleze niște elevi dotați intelectul peste medie, în cazul în care are deosebitul noroc să îi aibă în clasă.

În vederea realizării unui management eficient al activității din clasă, profesorul trebuie să facă apel atât la autoritatea sa formală, cât, mai ales la cea neformală. Înțelegem prin **autoritate formală** faptul că profesorul a trecut printr-un concurs oficial, apoi a fost numit într-un post, motiv pentru care este justificat în mod oficial să predea într-o sală de clasă.

Din experiența milenară a învățământului, rezultă faptul că **autoritatea neformală** este mult mai importantă în procesul de manageriere eficace a unei clase de elevi (mai cu seamă cu probleme de disciplină sau atitudine față de actul predării-învățării). Sub acest aspect, Ciprian Ceobanu vede acest tip de autoritate drept un „aport personal la statutul de cadru didactic, o autoritate câștigată, și nu oferită, bazată pe un prestigiu profesional și științific și pe dezvoltarea unor relații foarte bune cu elevii”¹³. Nu putem sublinia îndeajuns faptul că numai raporturile foarte bune cu clasa permit tratarea diferențiată a elevilor cu probleme de învățătură, fără a perturba raporturile elevi-elevi sau elevi-profesor.

2. Situațiile în care se aplică tratarea diferențiată a elevilor

Atât în teorie, cât și în practică, tratarea diferențiată a elevilor se poate aplica atât în cazul claselor de tip „clasic” (unde elevii au un nivel normal de inteligență și abilități psiho-motorii), cât și în cazul claselor de tip special, unde nivelul de inteligență și abilități psiho-motorii este mai redus. În acest material sunt luate în calcul doar clasele de tip „clasic”, în accepțiunea mai sus precizată.

În cadrul acestor clase, tratarea diferențiată a elevilor intervine însă de cele mai multe ori în mod sporadic, nu sistematizat, atât în procesul de predare-învățare, cât și în cel de evaluare. În mod concret, profesorul este nevoit de mai multe ori să „tragă” de elevii slabi sau foarte slabi la învățătură, să le pună întrebări mai simple în cadrul procesului de predare-învățare sau să le desemneze sarcini de rezolvat ușoare în cadrul procesului de evaluare. Relativ la acest ultim aspect, elevii sunt puși să realizeze diverse activități independente (proiecte) în mod individual sau în echipă¹⁴; să-și confecționeze caiete cu diverse teme pentru acasă, conspecte etc.; să contribuie la dotarea unor săli de clasă sau laboratoare cu materiale sau consumabile de birou etc. Evident, acest mod de tratare diferențiată a elevilor cu performanțe mai slabe la învățătură nu are decât un efect limitat. Elevii în cauză vor putea obține note de trecere la materia respectivă, însă nu-și vor însuși niciodată rudimentele sale.

Pentru a obține rezultate durabile prin folosirea metodei de tratare diferențiată a elevilor, trebuie pe de o parte ca profesorul să aibă niște calități și să urmeze o serie neabătută de cerințe, iar pe de altă parte este necesar un alt tip de abordare strategică a procesului de învățământ, începând cu

¹³ Ciprian Ceobanu, *Managementul clasei de elevi*, în Constantin Cucoș (coordonator), *Psihopedagogie pentru examenele de definitivare și grade didactice*, Iași, Editura Polirom, 2009, p. 550.

¹⁴ În fapt, aceste proiecte nu au de cele mai multe ori nici un grăunte de originalitate, fiind copiate după sistemul mot-a-mot de pe Net (a se vedea wikipedia, clopoțelul, referate.ro). Mult mai bine ar fi ca informațiile din aceste proiecte să fie pur și simplu copiate din cărți, profesorul cerându-le elevilor să indice sursa, ca un prim pas în inițierea unui proces minim de deontologie profesională în citarea surselor și realizarea unei lucrări originale. În acest fel, copiii s-ar familiariza cu cărțile, ameliorându-se un alt simptom îngrijorător al învățământului din societatea românească și cea vest-europeană sau nord-americană: folosirea tot mai rară a informației tipărite în comparație cu cea electronică.

planificarea. Pe scurt, pentru a aplica cu succes un învățământ bazat pe **tratarea diferențiată continuă a elevilor**, este necesară îndeplinirea cumulativă a următoarelor cerințe:

1. Profesorul trebuie să „știe carte”, să știe să separe principalul de secundar în materia sa și să aibă un har pedagogic cert, indiscutabil
2. Profesorul trebuie să trateze procesul de predare-învățare-evaluare ca pe un tot unitar – în nici un caz să nu neglijeze evaluarea.
3. Profesorul trebuie să insiste foarte mult pe fixarea și aplicarea cunoștințelor dobândite.
4. Profesorul trebuie să urmărească o anumită strategie de planificare, obținere și valorificare a rezultatelor elevilor, începând cu procesul de planificare a lecțiilor.

3. Proiectarea didactică diferențiată

Mariana Momanu arată că activitatea de proiectare a lecției trebuie să răspundă la următoarele patru întrebări:

- a. **Ce** voi urmări să realizez?
- b. **Cu ce** voi realiza ceea ce mi-am propus?
- c. **Cum** voi realiza ce mi-am propus?
- d. **Cum voi ști** dacă am realizat ce mi-am propus?¹⁵.

Mariana Momanu îl citează pe S. Cristea cu o lucrare din 1996 în care sunt prezentate diferențele dintre două modele fundamentale de proiectare pedagogică: didacticist și curricular. Reproducem în continuare detaliat esența celor două modele deoarece, în opinia noastră, nu putem vorbi de **tratarea diferențiată sistematică a elevilor în proiectarea didactică** fără a porni de la modelul curricular de proiectare.

Astfel, S. Cristea arată că **modelul didacticist de proiectare pedagogică** prezintă următoarele elemente:

- „este centrat pe *conținuturi*, îndeosebi pe acțiuni specifice procesului de *predare*
- *conținuturile* își subordonează obiectivele, metodologia și evaluarea didactică într-o logică a „învățământului informativ”
- *relațiile* dintre elementele activității didactice sunt *întâmplătoare, disparate, nediferențiate și nedefinite pedagogic*, stabilindu-se mai ales sub presiunea conținutului și sarcinilor de predare
- *întreține dezechilibre în formarea formatorilor* – inițială și continuă – între pregătirea de specialitate (predominantă și adesea monodisciplinară) și pregătirea psihopedagogică”¹⁶

În continuare, S. Cristea (citată de Mariana Momanu), ne prezintă esența **modelului curricular** al proiectării pedagogice, pe care îl supunem în continuare atenției cititorului

- „este centrat pe *obiective* și propune acțiuni didactice specifice procesului complex de *predare-învățare-evaluare*;
- punctul de plecare îl constituie *obiectivele* stabilite pentru elev în spiritul unui *învățământ formativ*, bazat pe valorificarea potențialului de (auto)instruire-(auto)educație al fiecărui elev/student
- între toate elementele activității didactice (obiective-conținut-metodologie-evaluare) se stabilesc *raporturi de interdependență*, determinate de rolul central al obiectivelor pedagogice;
- asigură *echilibrul dintre pregătirea de specialitate* a formatorilor (concepută interdisciplinar, cu o disciplină „principală” și cel puțin una „secundară”) și *pregătirea psihopedagogică*”¹⁷.

¹⁵ Mariana Momanu, *Forme de organizare a instruirii. Proiectarea și realizarea activităților didactice*, în Constantin Cucoș (coordinator), *op. cit.*, p. 488.

¹⁶ S. Cristea, *Pedagogie generală. Managementul educației*, București, Editura Didactică și Pedagogică, 1996. *Apud* Mariana Momanu, *op. cit.*, p. 484.

¹⁷ *Ibidem*.

Modelul curricular al proiectării pedagogice prezentat de către S. Cristea reprezintă în opinia noastră, indiscutabil, baza de la care trebuie pornit procesul de tratare diferențiată a elevilor. Acest model logic sună sublim în teorie, însă considerăm că în practică este aplicat foarte puțin deoarece ar necesita un volum mare de timp și de muncă din partea profesorilor începând cu proiectarea și finalizând cu procesul de predare-învățare-evaluare. Datorită sarcinilor școlare și sociale multiple care le incumbă, dascălii nu prea au însă acest timp la dispoziție. Timpul lor este comprimat și mai mult în contextul în care, deseori, trebuie să desfășoare adevărate acțiuni polițienești cu elevii recalcitranți pentru a-și putea realiza activitatea didactică. Totuși, trebuie neapărat încercată acest tip de proiectare curriculară și, implicit, tratarea diferențiată a elevilor deoarece, parafrazându-l pe Marin Preda, „timpul nu mai are răbdare”.

4. Concluzii finale

Tratarea diferențiată a elevilor și includerea acestui tip de tratare în activitatea de proiectare reprezintă o cerință pedagogică de tip modern, apărută în contextul re-racordării societății românești la valorile societății occidentale, după 1989. Acest tip de abordare didactică favorizează mult inițiativa personală a elevilor și obținerea de rezultate bune și de către elevii mai slabi la învățatură care, prin mijloacele didactice clasice de abordare, nu pot fi integrați eficient în procesul instructiv-educativ.

De voie sau de nevoie, profesorii din România vor trebui să introducă în mod masiv în anii care urmează tratarea diferențiată a elevilor, din motive personale și sociale.

În plan personal, vor trebui să facă acest lucru pentru a-și păstra locurile de muncă, periclitare în urma declinului demografic, mutării unui număr semnificativ de elevi români în străinătate, dezinteresului și abandonului școlar al elevilor etc. Numărul elevilor buni, care învață oricum, fie că folosim metode clasice sau metode moderne, în mod combinat sau separat, scade de la an la an. În acest context, este de presupus că profesorii vor avea de a face cu generații de elevi tot mai slab pregătiți în materie de cultură generală și dezinteresați de școală. Noutatea abordării tratării diferențiate poate (re)trezi interesul acestor elevi pentru școală și, implicit, poate consolida locurile de muncă ale dascălilor români.

În plan social, învățământul românesc de tip enciclopedic, care a făcut faima României înainte de 1989 și în primii ani de după revoluție, nu mai dă aceleași rezultate, datorită împrejurărilor enunțate la începutul acestui material. Alte modele de învățământ s-au impus post 1990 în atenția pedagogilor și psihologilor, în special cel finlandez. Modelul finlandez de învățământ bazat în principal pe selectarea atentă a profesorilor, remunerația și statusul lor social înalt, baza materială excelentă și facilitățile deosebite puse la dispoziția elevilor, este inaplicabil în România datorită neîndeplinirii condițiilor materiale puse de acesta. În acest context, tratarea diferențiată a elevilor poate oferi o alternativă la situația actuală de criză a învățământului românesc. Acest lucru nu este simplu și trebuie coroborat cu o condiție: îmbunătățirea fie și minimală a statusului social și financiar al profesorilor.

1.36. UTILIZAREA METODELOR ACTIV-PARTICIPATIVE PENTRU UN ÎNVĂȚĂMÂNT EFICIENT – LECȚIE MODEL DE ÎMBINARE ȘI ADAPTARE A ACESTOR METODE

Prof. Reindl Alexandra
Prof. Morar Dana Elena
Colegiul Economic "Dimitrie Cantemir"
Suceava, România

Abstract

Lately, on active-participative methods, this being essentially concern education to form an active there is a necessity of preparation of children for a creative and active life, for greater participation in solving many and complexes problems of the society. Therefore, it is natural that their education should be based attitude, based on the inherent curiosity of knowing, a desire to observe and explain, to experience, to build, to explore and to discover, to create.

The value of a professional teacher teaching style is determined by what you defined, how to approach learning tasks, how you perceive and realize learning situations, communicating arts and interlinking with children through educational effects that you get.

Being dashed the above, all the time we are trying to adapt the active-participative methods to the needs of the Romanian school in general, and those of our school in particular. Thus arose the idea of the above lesson, combining two active participative methods, "starbursting" and "lotus blossom technique".

Starbursting is a method of developing creativity, similar to "brainstorming". It relies on wording of questions for problem solving and the development of new findings related to a theme.

The aim is to obtain as many questions and so many connections between concepts. Can also be applied to both individually and in groups.

Lotus Blossom Technique assumes the deduction of connections between ideas, concepts, based on a central theme. The central problem or theme determines the eight secondary ideas which are built around the principal one, also flower petals of a Lotus.

We present in the following fragments of a teaching project.

The teaching project has been applied to the discipline of "Organization of the work of the food and tourism facilities" (module II), ninth class, Travel and food field. It can also successfully addressed and referred to as a lesson in geography, introducing both at ninth or twelfth class.

The relevant lesson is titled "Natural tourist attractions – forms of relief, hydrography", given the general power UC₁₂ - Touristic potential and competence specifies C₁ – Inform your customers about natural sights.

In addition, the following derived powers have been identified: C₁ – to identify elements of the tourist potential of the relief, C₂ – to identify the components of the tourist potential of the hydrography, C₃ – to analyze the elements of natural tourism potential and C₄ – to make a tourist offer, using certain elements of natural tourism potential.

The type of the lesson is skills and training skills, adaptable for both hours of theory and laboratory technology.

Of the main methods used are: active-participative methods starbursting and lotus blossom technique, conversation, problem-solving, etc.

The means used were: handbook, notebook, personal use of the student's portfolio, geographic book, work sheets, PowerPoint presentations, overhead projector.

For good operation of the time were tertiary use modern means, i.e. PowerPoint presentations for all lesson and the moments.

Lesson took place after the moments of a lesson, namely: generating enthusiasm and interest, the development of communication skills and analysis and assessment of learning. In addition, an attempt was made to adapt the lesson and on learning styles of the students (visual, auditory, basically).

I. Generating enthusiasm and interest (10 minutes)

<i>The strategy of teaching (teacher's activities)</i>	<i>Learning strategies (students' activities)</i>
<p><i>Class organization: Teacher ...</i> <i>... organize class lesson.</i> <i>... make their presence.</i> <i>... reminds the students how the lesson will be</i></p>	<p><i>The students prepare all materials available for the lesson.</i> <i>The students announce the absences, and, if it is possible, why.</i></p>
<p><i>The teacher notify the lesson type (skills training and skills) and its title ("Natural tourist attractions – forms of relief, hydrography").</i></p>	<p><i>The students listen careful to the teacher's explanations.</i></p>
<p><i>The teacher directs students to take out a little piece of paper for a basket. On this, it is written a natural landmark. Students are asked to be grouped like this:</i> <i>Team no. 1 – Tourist attractions of Moldova</i> <i>Team no. 2 – Tourist attractions of Transylvania</i> <i>Team no. 3 – Tourist attractions of Muntenia</i> <i>Team no. 4 – Tourist attractions of Dobrogea</i></p>	<p><i>The students listen careful to the teacher's explanations.</i> <i>Each team is placed in the location indicated by the teacher.</i></p>

II. The development of communication skills (30 minutes)

<i>The strategy of teaching (teacher's activities)</i>	<i>Learning strategies (students' activities)</i>
<p><i>The teacher explains to the students how the lesson will be. It will be a combination of starbursting and lotus blossom technique, both methods being adapted to the particularities of the lesson.</i> <i>Each team has to develop a tourist route with the sights that are included in the little piece of papers given earlier.</i> <i>Using starbursting, the students will note in each star the landmark, and on each radius will answer the following questions:</i> 1. <i>What type of landmark is?</i> 2. <i>Where is located the tourist attraction?</i> 3. <i>Why is it worth to be visited?</i> 4. <i>When will you visit the tourist attraction?</i> 5. <i>How long does we stay there?</i></p>	<p><i>The students receive work-sheets and do the tasks.</i></p>

III. Analysis and assessment of learning (10 minutes)

<i>The strategy of teaching (teacher's activities)</i>	<i>Learning strategies (students' activities)</i>



<p><i>Realization of feed-back.</i></p> <p><i>After the time-expiration, each group shall display the result using the lotus blossom technique. The “petals” are replaced by “stars” and little clouds. The teacher explains to students that the stars will be stick in order to visit, starting from any point in a clockwise direction.</i></p> <p><i>In the end, each group will select one representative. The other students, from the other teams, will analyze the exposed by the team.</i></p> <p><i>Finally, each student will receive a “heart” sticker what will stick on the favorite touristic route. This will assess the final products.</i></p>	<p><i>The students will do the tasks.</i></p>
<p><i>Homework</i></p> <p><i>The teacher announces the students that they will need to attach the four touristic routes at the portfolio.</i></p>	<p><i>The students are attentive at the teacher’s explications.</i></p>

Because of the problems arising in today's education, must be revised the teacher's position in relation to the requirements of the present, but especially with those of the future.

Use “Learn how to learn”, students will form the skills and attitudes necessary for the fundamental condition of self-education, modern education.

În ultimul timp există o necesitate a pregătirii copiilor pentru o viață activă și creativă, pentru o mai mare participare la rezolvarea multiplelor și complexelor probleme ale societății. De aceea, este firesc ca educația lor să se bazeze pe metode activ-participative, aceasta fiind în esență preocuparea învățământului pentru formarea unei atitudini active, bazate pe curiozitatea intrinsecă de a cunoaște, dorința de a observa și explica, de a experimenta, de a construi, a explora și a descoperi, de a crea.

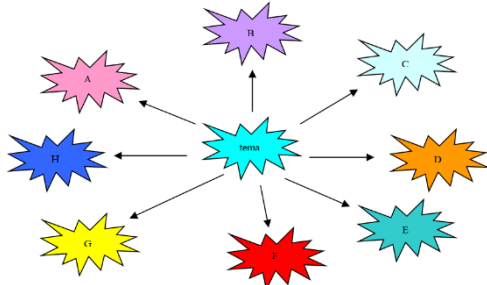
Metodele activ-participative stimulează participarea conștientă și activă a scopurilor în procesul instructiv-educativ, ajută copiii să caute, să cerceteze, să găsească singuri noile cunoștințe, să afle singuri soluții la probleme, să prelucreze cunoștințele, să le sistematizeze, punând accent pe învățarea prin acțiune, pe manipularea în plan manual și mental a obiectelor, acțiunilor. Sunt metode de interacțiune colectivă, facilitând colaborarea dintre copii. De asemenea, solicită cu eficacitate gândirea, imaginația, memoria și voința copiilor și imprimă actului de instruire un pronunțat caracter formativ-educativ.

Ioan Cerghit, în cartea sa ”Metode de învățământ” (2006), precizează faptul că, în decursul timpului, fiecare metode de predare a suferit transformări, atât sub aspectul formei, cât și a conținutului acestora. Metodele reinventate, dacă le putem numi așa, au încercat să se adapteze ”noilor orientări ale sistemelor de instruire, nivelului de cunoștințe atins de științele explicative ale ființei umane, de progresele teoriei și a practicii pedagogice”.

Valoarea profesională a unui cadru didactic este determinată de stilul didactic ce îl definește, de modul de abordare a sarcinilor de învățare, de modul în care percepe și realizează situațiile de învățare, de arte de a comunica și relaționa cu copiii, prin efectele educative pe care le obține.

Fiind punctate cele de mai sus, tot timpul încercăm a adaptat metodele activ-participative la nevoile școlii românești în general, și cele ale școlii noastre, în particular. Astfel a apărut ideea lecției prezentate mai sus, îmbunând două metode activ-participative, și anume ”Explozia Stelară” și ”Floarea de lotus”.

Explozia stelară (starbursting) este o metode de dezvoltare a creativității, similară brainstorming-ului. Se bazează pe formularea de întrebări pentru rezolvarea de probleme și realizarea unor noi descoperiri legate de o temă.



Scopul metode este de a obține cât mai multe întrebări și astfel cât mai multe conexiuni între concepte. Poate și aplicată atât individual, cât și în grupuri.

Cum se procedează: se scrie ideea sau problema pe o foaie de hârtie și se înșiră cât mai multe întrebări care au legătură cu ea. Un bun punct de plecare îl constituie întrebările de tipul: ce?, cine?, unde?, de ce? și când?. Lista de întrebări inițiale poate genera altele, neașteptate, care

cer și o mai mare concentrare.

Metoda "Explozia stelară" presupune următoarele etape:

1. Propunerea unei probleme.
2. Colectivul se poate organiza în grupuri preferențiale.
3. Grupurile lucrează pentru a elabora o listă cu cât mai multe întrebări și cât mai diverse.
4. Comunicarea rezultatelor muncii de grup.
5. Evidențierea celor mai interesante întrebări și aprecierea muncii în echipă.

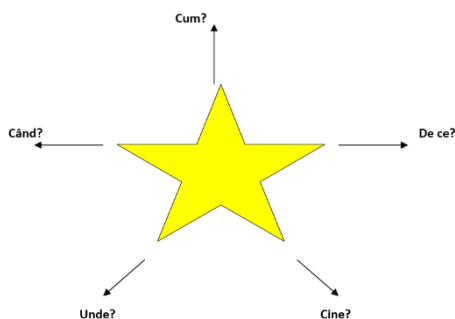
Facultativ, se poate proceda și la elaborarea de răspunsuri la unele dintre întrebări.

Metoda "Explozia stelară" este ușor de aplicat oricărei vârste și unei palete largi de domenii. Nu este costisitoare și nici nu necesită explicații amănunțite. Participanții se prind repede în joc, acesta fiind pe de o parte o modalitate de relaxare și, pe de altă parte, o sursă de noi descoperiri.

Floarea de lotus (Lotus Blossom Technique) presupune deducerea de conexiuni între idei, concepte, pornind de la o temă centrală. Problema sau tema centrală determină cele opt idei secundare care se construiesc în jurul celei principale, asemenea petalelor florii de nufăr.

Cele opt idei secundare sunt trecute în jurul temei centrale, urmând ca apoi ele să devină la rândul lor teme principale, pentru alte opt flori de nufăr. Pentru fiecare din aceste noi teme centrale se vor construi alte opt noi idei secundare.

Metoda "Floarea de lotus" presupune următoarele etape:



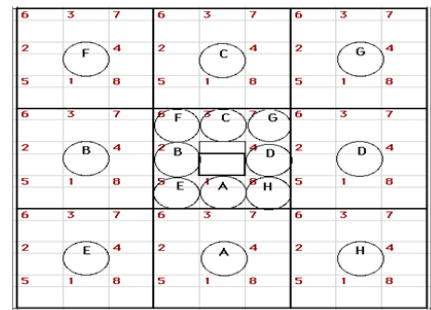
1. Construirea diagramei, conform figurii prezentate.
2. Scrierea temei centrale în centrul diagramei.
3. Participanții se gândesc la ideile sau aplicațiile legate de tema centrală. Acestea se trec în cele opt "petale" (cercuri) ce înconjoară tema centrală, de la A la H, în sensul acelor de ceasornic.

4. Folosirea celor opt idei deduse, drept noi teme centrale pentru celelalte opt cadrane ("flori de nufăr").

5. Etapa construirii de noi conexiuni pentru cele opt noi teme centrale și consemnarea lor în diagramă. Se completează în acest mod cât mai multe cadrane ("flori de nufăr").

6. Etapa evaluării ideilor. Se analizează diagramele și se apreciază rezultatele din punct de vedere calitativ și cantitativ. Ideile emise se pot folosi ca sursă de noi aplicații și teme de studiu în lecțiile viitoare.

Această tehnică poate fi aplicată cu succes atât la școlarii mici, cât și la adolescenți și adulți. Este compatibilă cu multe domenii de activitate și poate fi un excelent mijloc de stimulare a



creativității elevilor și de activizare a energiilor, capacităților și structurilor cognitive la diferite obiecte de învățământ.

Metoda ”Flori de lotus” este o modalitate de lucru în grup cu mari valențe formativ-educative. Stimulează și dezvoltă capacități ale inteligenței lingvistice, interpersonale, intrapersonale și sociale.

Prezentăm în cele ce urmează *fragmente dintr-un proiect didactic*.

Proiectul didactic s-a aplicat pentru disciplina ”Organizarea activității unităților de alimentație și turism” (Modulul II), clasa a IX-a, domeniul Turism și alimentație. De asemenea, poate și abordat cu succes și ca o lecție de aprofundare la Geografie, atât la clasa a IX-a, dar și a XII-a.

Lecția vizată se intitulează ”Obiective turistice naturale – forme de relief, hidrografie”, având competența generală UC₁₂ – Potențialul turistic și competența specifică C₁ – Informează clienții despre obiectivele turistice naturale.

De asemenea, s-au identificat următoarele competențe derivate: C₁ – să identifice elemente ale potențialului turistic al reliefului, C₂ – să identifice elemente ale potențialului turistic al hidrografiei, C₃ – să analizeze elementele potențialului turistic natural și C₄ – să realizeze o ofertă turistică, folosind anumite elemente ale potențialului turistic natural.

Tipul lecției este una de formare a priceperilor și deprinderilor, adaptabilă atât pentru orele de teorie, cât și pentru cele de laborator tehnologic.

Dintre principalele metode folosite amintim: metodele activ-participative ”Explozia stelară” (adaptată) și ”Floarea de lotus”, conservația, problematizarea, etc.

Mijloacele de învățământ folosite au fost: manual, caiet, portofoliul personal al elevului, atlas geografic, fișe de lucru, prezentări PowerPoint, proiector.

Pentru bună desfășurare a orei s-au utilizat mijloacele de învățământ moderne, și anume prezentările PowerPoint pentru toate momentele lecției și a proiectorului.

Lecția s-a desfășurat după momentele clasice ale unei lecții și anume: generarea entuziasmului și a interesului, dezvoltarea de abilități de comunicare și analiza și evaluarea învățării. De asemenea, s-a încercat a se adapta lecția și pe stilurile de învățare al elevilor (vizual, auditiv, practic).

J. Generarea entuziasmului și a interesului (10 minute)

Strategia de predare (activităților profesorului)	Strategii de învățare (activitățile elevilor)
Organizarea clasei: Profesorul organizează clasa pentru lecție. ... face prezența. ... atenționează elevii asupra modului de desfășurare a lecției	Elevii pregătesc toate materialele de care dispun pentru lecție. Elevii anunță absenții, dacă sunt, și, eventual, motivul absenței.
Profesorul anunță tipul lecției (de formare a priceperilor și deprinderilor) și titlul acesteia (”Obiective turistice naturale – forme de relief, hidrografie”).	Elevii ascultă cu atenție explicațiile profesorului.
Profesorul direcționează elevii să extragă dintr-un coș câte un bilețel. Pe acesta este scris câte un obiectiv turistic natural. Elevii sunt rugați să se grupeze pe echipe astfel: Echipa 1 – Obiective turistice din Moldova Echipa 2 – Obiective turistice din Transilvania Echipa 3 – Obiective turistice din Muntenia Echipa 4 – Obiective turistice din Dobrogea	Elevii ascultă cu atenție explicațiile profesorului. Fiecare echipă se așează în locul indicat de profesor.

Conținutul bilețelor este următorul:

Echipa 1 – Obiective turistice din Moldova: Lacul Roșu, Gâtul Iadului, Poiana Uzului, Sf. Ana, Pietrele Doamnei, Ciric, Piatra Zimbrului, Tătarca.

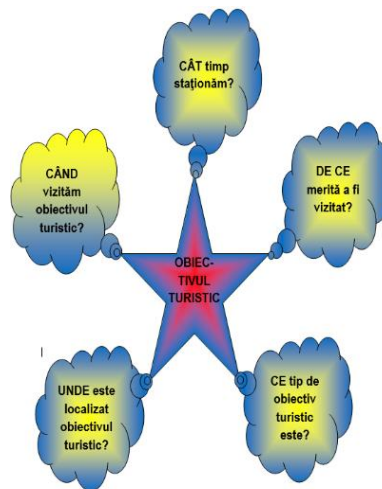
Echipa 2 – Obiective turistice din Transilvania: Cheile Turzii, Sadu, Peștera Vântului, Peștera Urșilor, Scărișoara, Bucura, Omu, Rudăria.

Echipa 3 – Obiective turistice din Muntenia: Amara, Ponoare, Peștera Muierilor, Buftea, Defileul Jiului, Polovragi, Defileul Dunării, Vidraru.

Echipa 4 – Obiective turistice din Dobrogea: Movable, Complexul Cheia, Tismana, Siutghiol, Razim, Techirghiol, Letea, Caraorman.

II. Dezvoltarea de abilități de comunicare (30 minute)

Strategia de predare (activităților profesorului)	Strategii de învățare (activitățile elevilor)
<p>Profesorul explică elevilor modul de desfășurare a lecției. Se va realiza o îmbinare a metodelor ”Explozia stelară” și ”Florea de lotus”, ambele metode fiind adaptate la particularitățile lecției.</p> <p>Fiecare echipă are de realizat un traseu turistic cu obiectivele turistice care sunt înscrise pe bilețelele primite mai devreme.</p> <p>Utilizând ”Explozia stelară”, elevii vor nota în stea fiecare obiectiv turistic, iar pe fiecare rază se va răspunde la următoarele întrebări:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ce tip de obiectiv turistic este ? 2. Unde este localizat obiectivul turistic ? 3. De ce merită a fi vizitat ? 4. Când vizităm obiectivul turistic ? 5. Cât timp staționăm ? 	<p>Elevii primesc fișele de lucru și execută sarcinile de lucru.</p>



Metoda ”Explozia stelară” a fost adaptată după nevoile noastre, conform imaginii de mai sus. Întrebările au fost fixate dinainte, elevii urmând numai să răspundă la acestea. Exemplificăm – ”Rudăria”

1. Ce tip de obiectiv turistic este? Rudăria sunt chei, deci element al potențialului turistic al reliefului.

2. Unde este localizat obiectivul turistic? Cheile Rudăriei este localizată în Munții Almajului, pe raza localității Eftimie Murgu, accesul făcându-se de pe drumul E70 Caransebeș – Oravița.

3. De ce merită a fi vizitat? Cheile Rudăriei sunt cunoscute datorită rezervației mulinologică de aici – 22 de mori de apă funcționale, înșirate ca o salbă. Morile impresionează și prin felul în care au fost construite, în acest sens ieșind în evidență tunelele din stâncă dură, barajele din trunchiuri de arbori sau devierile de albie. Sectorul de chei este mărginit de pereți abrupti și este populat de liliac și mojdrean. Un eveniment important al acestor locuri este ”Sărbătoarea liliacului”.

4. Când vizităm obiectivul turistic? Elevii stabilesc momentul vizitării acestui obiectiv turistic, în funcție de celelalte, la final alcătuind un traseu turistic.

5. Cât timp staționăm? Cheile Rudăriei se pot vizita în 1-2 ore.

III. Analiza și evaluarea învățării (10 minute)

Strategia de predare (activităților profesorului)	Strategii de învățare (activitățile elevilor)
<p>Realizarea feed-back-ului.</p> <p>După expirarea timpului de lucru, fiecare grup își afișează rezultatul, folosind tehnica ”Florii de lotus”. ”Petalele” lotusului sunt înlocuite de ”stelute” și norișori. Profesorul explică elevilor că ”stelutele” se lipesc în ordinea vizitării, pornind de la un punct oarecare, în sensul acelor de ceasornic.</p> <p>Pentru a prezenta produsul final, fiecare grupă își alege un reprezentant. Ceilalți elevi, din celelalte echipe, vor analiza cele expuse de echipa respectivă.</p> <p>La final, fiecare elev va primi o inimioară autocolantă pe care o va lipi pe traseul turistic preferat. Astfel se vor evalua produsele finale</p>	<p>Elevii execută conform explicațiilor.</p>
<p>Tema acasă.</p> <p>Profesorul îi anunță pe elevi că vor trebui să anexeze cele 4 trasee turistice realizate în clasă la portofoliu.</p>	<p>Elevii sunt atenți la explicațiile date de profesor.</p>

Datorită problemelor pe care le ridică învățământul în zilele noastre, trebuie regândită și poziția cadrului didactic în raport cu cerințele prezentului, dar mai ales cu cele ale viitorului.

Profesorul este pus în situația de a manifesta un comportament deschis, o atitudine pozitivă, reflexivă, promovând o învățare interactivă și stimulând întregul potențial al elevilor săi.

Cea mai la îndemână mijloc de acțiune îl reprezintă metodele didactice, accentul cade însă pe folosirea unor metode activ-participative.

Metodele participative sunt mai obositoare pentru actorii actului didactic, aceasta făcând elevii mai puțin activi când sunt fizic obosiți. De aceea, profesorul trebuie să aibă mai multe alternative de abordare a lecției. Lecția însăși ar putea părea prea scurtă pentru desfășurarea corectă a scenariului didactic. Totuși, aceste metode își câștigă locul în cadrul procesului didactic datorită impactului pozitiv asupra elevilor.

Metodele activ-participative sunt diverse, unele dezvoltă în mare măsură creativitatea elevilor, altele în mai mică măsură. Important este faptul că acestea încearcă a deschide orizonturile elevilor, a da o altă perspectivă viziunii asupra lucrurilor, a învăța să se caute întotdeauna noi soluții, și, nu în ultimul rând, a nu ne lăsa bătuți în fața elementele dificile. Ca dascăli, trebuie să încurăm inițiativa elevilor, să îi învățăm să nu le fie frică să-și exprime ideile, să le arătăm că nu întotdeauna ideile lor sunt bune, dar întotdeauna să aibă încredere că ei vor fi ascultați.

Folosirea la clasă a metodelor activ-participative, încă de la clasele primare, contribuie la dezvoltarea premiselor pentru autoeducație. Învățați cum să învețe, elevii își vor forma deprinderi și atitudini necesare autoeducației, condiție fundamentală a învățământului modern.

Bibliografie

Cerghit, Ioan – ”Metode de învățământ”, ediția a IV-a, Editura Polirom, Iași, 2006

Cucoș, C. (coord.) – ”Psihopedagogie pentru examenele de definitivare și grade didactice”, ediția a II-a, Editura Polirom, Iași, 2008

Hagiu, Luminița; Lăzăreanu, Elena; Ioachimescu, Adriana Elena; Mațipiuc, Viorela Emilia; Sfichi, Florentina Elena; Reindl, Alexandra – ”Ghid metodologic pentru încurajarea utilizării colaborative a tehnologiilor informaționale în educația economică a tinerilor”, Editura George Tofan, Suceava, 2012

1.37. DEVELOPING ATTITUDES THROUGH EDUCATIONAL PROJECTS

Teacher Silvia Braniște
Student Mihaela Braniște
Colegiul Financiar-Bancar
Chișinău, Moldova

Abstract

The teaching staff becomes involved in issues deriving from unethical behaviour because they are all around us and teachers cannot turn away from them. Besides, it is difficult to teach theories of economics and business when you feel the emptiness of information in front of the existing reality.

The demands for teachers' attention and concern have never been greater. Besides cultivating desired attitudes during the schooling process teachers should make a continuous effort of studying their own moral beliefs and conduct, and striving to ensure that they, and the institutions they belong to, live up by standards that are solidly-based. Moreover, there should be some tools to identify if the learning process has some positive impact on the way students think, and to measure the attitudes and beliefs students hold and the way they behave.

Attitudes are hard to define, explain, teach and measure. Nevertheless, the attitude is defined as an evaluation/appreciation of a person/object/idea or a tendency to behave or think in a certain way. Attitudes can be broken down into three different components: affective, behavioural and cognitive. When combined, they work to create an overall attitude.

A key interest of pedagogues and psychologists is to understand what makes people change their beliefs or opinions. We consider that most commonly they change in response to social influence. We also believe that attitudes are formed or changed during training. The problem is that usually, attitude is taught to children unconsciously, by coincidence, but as responsible adults we need to teach it consciously and deliberately.

We consider that attitude is more basic, more elementary, than academics. And may be, the schooling process needs to be more about attitude, not only academic knowledge. We strongly believe that academic knowledge, skills and information are important, but only after they can be acquired in the context of a good attitude towards life and learning. We, as a society, need to launch ourselves and especially our children onto a sustainable schooling process if we want humanity to survive.

Attention to developing attitudes is necessary throughout the schooling process. We address this matter discussing about cultivating attitudes through involvement in educational projects. Due to the specific character of international educational projects, students and teachers are encouraged to look beyond their own lives and horizons and are challenged to question their values and attitudes.

*International educational projects are among the core priorities of the Financial-Banking College from Chisinau, the Republic of Moldova. Since 2013 teachers and students of Financial-Banking College are an active part of ACES - one of the largest school networks in Central and South Eastern Europe aiming at promotion of dialogue and cross-border cooperation. ACES was initiated in 2006 and is associated with the EU Strategy for the Danube Region (EUSDR), Priority Area 09 "People & Skills". ACES offers concrete opportunities for mobility and exchange, provides a framework for combined learning, thus contributing to the development of **educational quality**. During the aces events we get acquainted with innovative ways of teaching and learning, with unfamiliar approaches, practical tools for classroom or extracurricular activities.*

Speaking about Moldova and reviewing the current literature, it can be mentioned that the attention and emphasis given to these issues have increased, the importance of cultivating attitudes has been acknowledged, but still very few schools have responded to these challenges.

Nevertheless, we believe that the goal of education comes alive not only by accumulating knowledge and developing abilities to do something, but focusing on values, attitudes and behaviours, as well. Thus, pupils need to feel that the world cares about them, they need to know that the way of thinking, attitudes can change when involved in new roles, when given the freedom to choose, to decide, when working together with an emphasis on learning from experience and sharing what you have.

The teaching staff becomes involved in issues deriving from unethical behaviour because they are all around us and teachers cannot turn away from them. Besides, it is difficult to teach theories of economics and business when you feel the emptiness of information in front of the existing reality.

The demands for teachers' attention and concern have never been greater. Besides cultivating desired attitudes during the schooling process teachers should make a continuous effort of studying their own moral beliefs and conduct, and striving to ensure that they, and the institutions they belong to, live up by standards that are solidly-based. Moreover, there should be some tools to identify if the learning process has some positive impact on the way students think, and to measure the attitudes and beliefs students hold and the way they behave.

Humans form likes and dislikes almost from the moment they first gain consciousness and they convey their beliefs on a daily basis. Our attitudes on issues and about things are directly linked to our personal thoughts and feelings. But to what degree do these things change the attitudes and behaviour of people? This is the art of attitude change, and it is important to understand what attitudes are and how they can be affected.

Attitudes are hard to define or explain. Because of this, very few teachers would be able to list all the attitudes that they would like their students to have. It should be clear what the students need to learn, and teachers must try to make sure that the students learn the right attitudes.

So, the attitude is:

- An evaluation/appreciation of a person, object, or idea;
- A tendency to behave or think in a certain way etc.

Attitudes can be broken down into three different components:

Affective Component - This consists of the emotional reactions people have to attitude objects. For instance, hearing the voice of a favourite singer and having feelings of happiness or excitement.

Behavioural Component - This consists of actions or observable behaviour that is the result of an attitude object. If you hear a song you like you might then spend all your free time listening to this album. The attitude object has changed your behaviour and actions.

Cognitive Component – These are the thoughts and beliefs people have about an attitude object. For instance, you might like a singer because he or she has a melodic voice and catchy lyrics. You might also believe that the singer is a lot like you are which makes the music easier to relate to.

When these three components are combined they work to create an overall attitude about an attitude object.

Attitudes can change for a number of reasons. It is a key interest of pedagogues and psychologists to understand what makes people change their beliefs or opinions. Attitudes most commonly change in response to social influence. To make wide scale changes and convince a lot of people to have a certain attitude about something is very difficult. One way that mass change can be orchestrated is through the use of persuasive communication.

It has often been said that *the attitudes learned during training are the most important part of the training*. At the same time other people say that attitudes cannot be taught. What is the truth?

Certainly attitudes are formed or changed during training. This is quite clear to anyone who has worked with students and watched them develop over a period of time. Compare the attitudes of students who have completed a long period of training with the attitudes of a group who are just starting. The differences will usually be obvious. But how has this change taken place? Has the change been caused by the course? Can teachers control changes in attitude?

And here is another problem for teachers: attitudes are not easy to teach and measure. Usually, attitude is taught to children unconsciously, by coincidence but to be responsible adults we need to teach it consciously and deliberately.

Attitude is both the key to surviving adversity and the most basic foundation for building a good life. Attitude is more basic, more elementary, than academics. And may be, the schooling process needs to be about attitude, not only academic knowledge. We consider that academic knowledge, skills and information are important, but only after they can be acquired in the context of a good attitude towards life and learning. We, as a society, have discovered that we are headed towards a dead end and we need to launch ourselves and especially our children onto a sustainable schooling process if we want humanity to survive.

How to teach attitudes? There are no guaranteed methods of teaching attitudes. Teachers must be aware that all of the experiences that students have may change their attitudes. But no single experience can be certain of having a specific effect on all students.

There are general methods which teachers can use: providing information, providing examples or models, providing experience, providing discussion, using role-playing exercises etc.

Even if you use all the methods, you must be aware that students' attitudes may be shaped by events which you have no control over. For example, students will read books, talk to people outside the school, and spend time with their families. The students will also have formed many of their attitudes before they meet the teacher. It is important therefore that you try to influence their attitudes as much as possible and that you do it correctly.

Even if it is difficult, one of the appeals of attitudes is that they **can** be measured and that, as they can be measured, we can assess how they might affect behaviour and how things like time and social pressure change them.

There are several ways of measuring attitudes, but the most popular are the self-report versions:

- **Likert Scales:** type of scale in which a statement about something is made and is then followed by a series of numbers which people can choose to show how much they agree with something. If you then sum the numbers for several statements and you can come up with a score that represents the person's attitude towards the subject.

- **Semantic Differential Scales:** a single attitude may include different meanings or qualities of evaluation. For example, a negative attitude about children from vulnerable families might be made up of several beliefs or values like good/bad, honest/dishonest etc.

- **Projective Techniques:**

c) *Projective tests* have been developed out of the psychoanalytic tradition of research and therapy. They are based on the Freudian notion that when we are confronted by an abstract or ambiguous picture, some of our inner thoughts, protected because they produce anxiety, are partially revealed by the way we project our interpretations onto the display.

d) *Thematic Apperception Test (TAT)* is a picture, often of people with their emotional expressions ambiguous or hidden, about which, the test-taker is asked, 'What is happening?'

These tests belong in the unstructured, disguised section of the quadrant formed by these two dimensions. It is claimed that their open-endedness produces richer information and that their disguised nature provides genuine data, unbiased by people guessing the researcher's (or teacher's) intent. It is argued that the tests can be used to measure such factors as the affective, usually hidden,

component of attitudes. They have very often been used to assess concealed aggression, hostility, anxiety and so on in hypothesis testing work.

Weaknesses of Projective Techniques

1. Being open-ended and initially qualitative, the tests are suspect for their reliability. In other words if one person uses this test to ask questions will they score it in the same way as someone else?

2. Even if reliability is good, can we be sure that the test is measuring what it is supposed to be measuring?

So, if you want to test the reliability of these methods, then using one of them to measure an attitude you should get a correlation with the scores when you use another method to measure the same attitude. The Likert questionnaire and the Semantic Differential Scale should each have at least ten statements and the Projective test should have at least three blots with questions about feelings attached.

Attention to developing attitudes is necessary throughout the schooling process. To address this matter further, we will discuss about forming attitudes through involvement in educational projects. Due to the specific character of international educational projects, students and teachers not only have a concrete opportunity for intercultural exchange and cooperation, they are also encouraged to look beyond their own lives and horizons and are challenged to question their values and attitudes. Seeing the world through different lenses enhances critical thinking and empathy.

International educational projects are among the core priorities of the Financial-Banking College from Chisinau, the Republic of Moldova. Since 2013 teachers and students of Financial-Banking College are an active part of ACES - one of the largest school networks in Central and South Eastern Europe aiming at the promotion of dialogue and cross-border cooperation of young people and schools.

ACES was initiated in 2006 by ERSTE Foundation (Vienna, Austria) and is coordinated by Interkulturelles Zentrum (Vienna, Austria) in cooperation with Nadácia Slovenskej sporiteľne (Bratislava, Slovakia). Fifteen countries are involved: Albania, Austria, Bosnia and Herzegovina, Bulgaria, Croatia, Czech Republic, Hungary, Kosovo, Macedonia, Moldova, Montenegro, Romania, Serbia, Slovak Republic and Slovenia. The initiative is supported by the ministries of education of all participating countries and is also associated with the EU Strategy for the Danube Region (EUSDR), Priority Area 09 "People & Skills".

The core of aces is a periodic project competition and support scheme for international school partnerships with concrete opportunities for mobility and exchange. International conferences for delegations of the awarded project schools offer additional platforms for joint work and training. School projects such as aces provide a framework for combined learning, training, information, action and new encounters. Any project can be a field of learning for active participation which is crucial to aces and promotes the idea of equal partners and shared responsibilities.

The topic for 2015-2016 is "*Embracing solidarity: We care, dare and share!*" **aces** aims for a society in which people care about each other, not only themselves or their kin, a place where people not only claim their rights but also see the responsibility they have for the wellbeing of all. It is in this spirit that they undertake initiatives for and together with those whose voices often aren't heard. We believe that solidarity is of utmost importance and one of the main values for social cohesion and a more sustainable world. This project is a source of suitable learning activities, innovative teaching methods, on-line tools, publications worth reading and inspirational websites.

One of the main aims of aces is to contribute to the development of **educational quality and innovation** in the region. During the aces events we always experience a great demand by participants to get acquainted with innovative ways of teaching and learning, with unfamiliar approaches, practical tools, new materials and methods for classroom or extracurricular activities.

At the same time, the aces network highly benefits from the fact that it is a **community of practitioners**. Therefore, aces website has an entire section dedicated to “aces treasures”, namely methods, tools and materials which were shared at international events or have inspired the schools’ project work.

As for the methods, many of them had originally been developed in **non-formal educational contexts**. Therefore, some of these approaches had to be adapted for a traditional school setting with its limitations (duration of lessons, less flexibility, limited possibilities concerning material, equipment, space, preparation, concentration, etc.). There is also a toolbox with essential online resources for working. Whenever you are looking for inspirations for proper classroom activities, cool tools for online collaboration, profound background information or general tips for educational projects, it is all inside. There is also a handbook for international school projects-the result of seven years of aces experiences. It offers information, tools, recommendations as well as examples of good practice, taken from the vast treasure chest of aces projects, which demonstrate what international educational projects are all about. It helps to navigate successfully through different stages, to handle challenges along the way and to get the best results and learning experiences.

Speaking about the Republic of Moldova and reviewing the current literature, it can be mentioned that the attention and emphasis given to these issues have increased, the importance of cultivating attitudes has been acknowledged, but still very few schools have responded to these challenges.

Nevertheless, we believe that the goal of education comes alive not only by accumulating knowledge and developing abilities to do something, but focusing on values, attitudes and behaviours, as well. Thus, pupils need to feel that the world cares about them, they need to know that the way of thinking, attitudes can change when involved in new roles, when given the freedom to choose, to decide, when working together with an emphasis on learning from experience and sharing what you have.

1.38. PROIECTAREA DE PERSPECTIVĂ A ACTIVITĂȚII DE ÎNVĂȚARE ÎN CADRUL MODULULUI I MEDIUL CONCURRENTIAL AL AFACERILOR

Prof. Sfichi Florentina Elena
Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir”
Suceava, România

Abstract

As future workers in the economic environment, students need to know, to anticipate the evolution and manifestation of economic phenomena in all their complexity and to have the ability to adapt themselves to the major and dynamic changes occurring in the social and economic life, as these are the dominant features of the contemporary era.

This paper demonstrates how instructional design is applied in the teaching and learning activities, by illustrating the application of active engagement strategies of education: brainstorming, mosaic, I know - I want to know - I learned, the cube, role play, in the first module – “Business Competitive Environment”, XIIth grade.

Building the skills outlined in the syllabus can be achieved only by applying active strategies of teaching - learning, which ensure the direct participation of students in the learning process, and by using adequate human resources and equipment.

The training techniques are the teacher's responsibility, and thus he must adapt the teaching process to the peculiarities of his students. In developing their didactic strategy, teachers will have to consider the following:

- *students learn best when they believe that learning responds to their needs;*
- *students learn more easily when they are doing something and when they are actively involved in the learning process;*
- *students have different learning styles, they learn in different ways, with different rhythms and from different experiences;*
- *participants contribute with significant and important knowledge to the learning process;*
- *students learn better when they are given time to "order" the new information and associate it with old "knowledge".*

Elevii, ca viitori lucrători în mediul economic, trebuie să cunoască, să anticipeze evoluția și modul de manifestare a fenomenelor economice în toată complexitatea lor și să aibă capacitatea de a se adapta schimbărilor majore și rapide ce apar în viața economică și socială, acestea fiind și trăsăturile dominante ale epocii contemporane.

Lucrarea de față demonstrează practic modul în care este aplicat designul instrucțional în activitatea de predare-învățare, prin ilustrarea aplicării metodelor de învățământ activ participative în cadrul modulului I Mediul concurențial al afacerilor, clasa a XII-a.

Brainstorming-ul

Nimic nu se critică, nimic nu se șterge, fără atitudini sau prejudecăți, cât mai multe idei!

Brainstorming-ul sau „evaluarea amânată” ori „furtuna de creiere” este o metodă interactivă de dezvoltare de idei noi ce rezultă din discuțiile purtate între mai mulți participanți, în cadrul căreia fiecare vine cu o mulțime de sugestii. Rezultatul acestor discuții se soldează cu alegerea celei mai bune soluții de rezolvare a situației dezbătute.

Această metodă permite stimularea unor calități imaginative, a spontaneității, a toleranței, deblochează creativitatea prin amânarea examinării obiective a ideilor emise.

Metoda „asaltului de idei” sau „cascada ideilor” are drept scop emiterea unui număr cât mai mare de soluții, de idei, privind modul de rezolvare a unei probleme, în speranța că, prin combinarea lor se va obține soluția optimă. Calea de obținere a acestor idei este aceea a stimulării creativității în cadrul grupului, într-o atmosferă lipsită de critică, neinhibitoare, rezultat al amânării momentului evaluării.

Brainstorming-ul se desfășoară în cadrul unei reuniuni formate dintr-un grup nu foarte mare (maxim 30 de persoane), de preferință eterogen din punct de vedere al pregătirii și al ocupațiilor, sub coordonarea unui moderator, care îndeplinește rolul atât de animator cât și de mediator. Durata optimă este de 20–45 de minute.

Specific acestei metode este și faptul că ea cuprinde două momente:

- *unul de producere a ideilor*
- *momentul evaluării acestora (faza aprecierilor critice).*

Modul I: Mediul concurențial al afacerilor, clasa a XII-a

Unitatea de învățare: Strategii în mediul concurențial

Subiectul lecției: *Realizarea unei oferte competitive la nivelul firmei*

Tipul lecției: *recapitulare și sistematizare*

Momentul lecției în care se va aplica metoda brainstorming: *Dezvoltarea lucrului în echipă și a abilităților de comunicare*

Tema pentru brainstorming: **Lansarea unui nou produs pe piață**

Pornind de la premisa: “cheia succesului unei afaceri constă în a oferi spre vânzare avantajele care sunt de cea mai mare însemnătate pentru consumatori”, să se identifice varianta de produs care se va lansa pe piață. Se va elabora o strategie de produs care va urmări: prețul, calitatea, dimensiunile și structura ofertei, nivelul calitativ și imaginea care se dorește a se crea în rândul consumatorilor.

Etapa de pregătire va cuprinde:

- faza de investigare și de selecție a membrilor grupului creativ;
- faza de antrenament creativ;
- faza de pregătire a ședinței de lucru – profesorul alege grupul de lucru care va fi format din 20 de elevi.

2. Etapa productivă, de emitere de alternative creative, care cuprinde:

- faza de stabilire a temei de lucru, a problemelor de dezbătut: profesorul va prezenta situația existentă la nivelul pieței românești, tipologia produselor oferite pe piața locală și nevoia identificată pe piață în urma derulării unei cercetări de marketing.
- faza de soluționare a subproblemelor formulate – profesorul răspunde la întrebările elevilor pentru a clarifica unele probleme
- faza de culegere a ideilor suplimentare, necesare continuării demersului creativ – fiecare elev va emite câte o idee de produs. Toate ideile vor fi completate pe flipchart.

3. Etapa selecției ideilor emise, care favorizează gândirea critică:

- faza analizei listei de idei emise până în acel moment – profesorul analizează împreună cu grupul de elevi lista de idei emise.
- faza evaluării critice și a optării pentru soluția finală – pe baza respectării criteriilor menționate mai sus se va alege varianta optimă (produsul care corespunde cel mai bine cerințelor consumatorilor).

Mozaicul

Metoda "mozaic" este o metodă de învățare prin colaborare și are la bază împărțirea grupului mare de cursanți în mai multe grupe de lucru, coordonate de formator.

Metoda solicită ca elevii să se ajute unii pe alții să învețe. Poate fi utilizată atunci când elevii citesc un text, ascultă o prezentare sau realizează un studiu de grup, în orice domeniu din curriculum și cu orice grupă de vârstă. Ei devin „experți” pe măsură ce „predau” unul altuia părți din materialul care trebuie învățat. În acest mod, fiecare elev are un rol activ în procesul de predare și învățare și experimentează înțelegerea și gândirea la nivel înalt.

Modul I: Mediul concurențial al afacerilor

Unitatea de învățare: Strategii în mediul concurențial

Subiectul lecției: Mixul distribuției în cazul produsului

Tipul lecției: asimilarea de noi cunoștințe, varianta mixtă

Etapele metodei:

a) Etapa I: profesorul împarte în grupe eterogene de patru elevi. După aceea, numără până la patru, astfel încât fiecare membru al grupei să aibă un număr de la 1 la 4. Fiecărui membru al grupei i se dă câte un pasaj dintr-o fișă de documentare.

Profesorul discută pe scurt subiectul pe care îl va trata. Explică apoi că pentru acea oră, sarcina elevilor este să înțeleagă noțiunea de distribuție. La sfârșitul orei, fiecare elev va trebui să fi înțeles noțiunea de distribuție. Aceasta va fi predată de colegii de grup, pe fragmente. Profesorul atrage atenția că fișa de documentare este împărțit în patru părți. Toți cei care au numărul 1 vor primi prima parte, cei care au numărul doi vor primi a doua parte și așa mai departe.

b) Etapa a II-a: toți cei care au numărul 1 se adună într-un grup, toți cei care au numărul 2 în alt grup ș.a.m.d. Profesorul explică faptul că grupurile formate din cei cu numerele 1, 2, 3 și 4 se vor numi de acum grupuri de "experți". Sarcina lor este să învețe bine materialul prezentat în secțiunea din fișa de documentare care le revine. Ei trebuie să o citească și să o discute între ei pentru a o înțelege bine. Apoi trebuie să hotărască modul în care o pot preda, pentru că urmează să se întoarcă la grupul lor originar pentru a preda această parte celorlalți. Este important ca fiecare membru al grupului de experți să înțeleagă că el este responsabil de predarea acelei porțiuni a textului celorlalți membri ai grupului inițial. Strategiile de predare și materialele folosite rămân la latitudinea grupelor de experți. Elevii vor avea la dispoziție 15 minute pentru a parcurge fragmentul lor din articol, pentru a discuta și elabora strategii de predare.

c) Etapa a III-a: după ce grupele de experți și-au încheiat lucrul, fiecare individ se întoarce la grupul său inițial și predă celorlalți conținutul pregătit.

La final, profesorul reamintește tema și unitățile de învățare, apoi le cere elevilor să prezinte oral, în ordinea inițială, fiecare parte a articolului, așa cum au asimilat-o în cadrul grupului de "experți". Astfel tema se va trece în revistă în unitatea ei logică.

Știu / Vreau să știu / Am învățat

Prin această metodă activă se trece în revistă ceea ce elevii știu deja despre o anumită temă și se formulează întrebări la care se așteaptă găsirea răspunsului în lecție. Metoda se poate folosi la orice tip de lecție, iar cele 3 rubrici ale tabelului se pot completa în diferite secvențe didactice, pe măsura acumulării cunoștințelor, până la sfârșitul orei. La final se trec în revistă, cu elevii, întrebările care au rămas fără răspuns și se va discuta posibilitatea găsirii unor surse care să furnizeze răspunsuri la aceste întrebări. Discuția finală are semnificația unui schimb reciproc și organizat de informații și idei, de impresii și păreri, facilitează intercomunicarea și acceptarea punctelor de vedere diferite.

Modul I: Mediul concurențial al afacerilor

Unitatea de învățare: Strategii în mediul concurențial

Subiectul lecției: Identificarea principalelor mijloace de promovare a produsului pe piață – publicitate, relații publice, târguri și expoziții, promovarea vânzărilor

Tipul lecției: lecție de formare priceperi și deprinderi

La clasa a XI-a, reactualizarea cunoștințelor despre promovare am organizat-o prin metoda *Știu/Vreau să știu/Am învățat*.

Profesorul solicită elevilor să împartă o pagină din caietul de practică în trei coloane: *Știu*, *Vreau să știu*, *Am învățat*, enunță tema și completează împreună rubricile (profesorul la tablă sau flipchart, iar elevii pe caiete):

<i>ȘTIU</i>	<i>VREAU SĂ ȘTIU</i>	<i>AM ÎNVĂȚAT</i>
Ce este promovarea pe piață. Să recunosc formele promovării pe piață. Cum se realizează crearea și execuția, achiziționarea și distribuția materialelor de promovare și informare pe piață.	Ce forme de promovare pot adopta firmele în situație de concurență acerbă pe piață? Cum se realizează politica de promovare pe piața locală?	Strategiile de promovare adoptate pe piața locală. Printre formele promovării cele mai folosite pe piața locală sunt: activități specifice de relații publice, publicitate, marketing direct, organizarea de vizite de documentare pentru reprezentanți mass-media, organizarea de evenimente pentru promovarea ofertei.

Aplicând această metodă de învățare, am urmărit reactualizarea cunoștințelor dobândite în orele anterioare și am făcut legătura dintre teorie și practică.

Metoda cubului

Această metodă implică explorarea unei situații din mai multe perspective permițând abordarea complexă și integratoare a unei teme. În vederea aplicării metodei cubului este necesară parcurgerea mai multor etape: realizarea unui cub pe ale cărui fețe sunt scrise cuvintele: descrie, compară, analizează, asociază, aplică, argumentează; anunțarea subiectului pus în discuție; împărțirea clasei în 6 grupe, fiecare dintre ele analizând tema din perspectiva cerinței de pe una din fețele cubului.

Această metodă solicită gândirea elevului și acoperă neajunsurile învățării individualizate, oferind posibilitatea elevilor de a-și dezvolta competențele necesare unor abordări complexe.

Modulul I: Mediul concurențial al afacerilor

Unitatea de învățare: Strategii în mediul concurențial

Subiectul lecției: Politica de produs

Tipul lecției: recapitulare și sistematizare a cunoștințelor

În orele de recapitulare și sistematizare a cunoștințelor despre politica de produs în ceea ce privește produsele oferite se poate utiliza cu succes metoda cubului. Se impune împărțirea elevilor în grupe eterogene, fiecare primind câte o sarcină precisă de rezolvat:

*să descrie produsul ca fiind un mix de produse independente, plecând de la componentele produsului și satisfacțiile percepute de consumatori în procesul consumului

*să compare strategiile folosite în cazul produselor existente pe piața locală cu cele privind produsele noi

*să asocieze strategii privind politica de produs fiecărei etape din ciclul de viață al produselor

*să analizeze informațiile referitoare la ciclul de viață al produselor într-un caz concret

*să aplice cunoștințele referitoare la componentele produsului prin realizarea unui scurt eseu privind importanța acestora în realizarea unor oferte de calitate

*să argumenteze importanța aplicării unor strategii corecte în politica de produs.

Elevii, sub îndrumarea conducătorului de grup, prezintă cunoștințele teoretice referitoare la tema abordată – *Politica de produs*. Cei care întâmpină dificultăți sunt ajutați de ceilalți membri ai grupului și pot apela la schemele recapitulative întocmite anterior la lecții.

După ce prima activitate s-a încheiat, conducătorul grupului ridică mâna și profesorul îi prezintă a doua față a cubului: compară. Elevii găsesc mai multe asemănări și deosebiri între diferitele aspecte ale temei discutate – *Comparați strategiile folosite în cazul produselor existente pe piața locală cu cele privind produsele noi*.

Profesorul prezintă în continuare a 3-a sarcină – *Asociați strategii privind politica de produs fiecărei etape din ciclul de viață al produselor oferite pe piața locală*.

După ce s-a încheiat și această activitate, profesorul arată a 4-a față a cubului – *Analizați informațiile din fișa de documentare referitoare la ciclul de viață al produselor într-un caz concret*.

A 5-a față a cubului prezentată de profesor – *Argumentați importanța aplicării unor strategii corecte în politica de produs*.

Urmează etapa în care cunoștințele teoretice recapitulative sunt aplicate în practică prin elaborarea unui eseu – *Aplicați cunoștințele referitoare la componentele produsului prin realizarea unui scurt eseu privind importanța acestora în realizarea unor oferte competitive*.

Jocul de rol

Este o metodă activă de predare-învățare, bazată pe activități de simulare a unor relații, activități, funcții, profesii, statusuri sociale, fenomene, stări de lucruri, toate acestea fiind urmate de analiza reprezentărilor, a comportamentelor și a atitudinilor observate în timpul simulării. Elevii sunt în situația de a deveni actori ai vieții sociale și profesionale, pentru care se pregătesc, formându-și competențe, abilități, atitudini, comportamente și convingeri.

Modul I: Mediul concurențial al afacerilor

Unitatea de învățare: Strategii în mediul concurențial

Subiectul lecției: Identificarea principalelor mijloace de promovare a produsului – publicitate, relații publice, târguri și expoziții, promovarea vânzărilor

Tipul lecției: formare priceperi și deprinderi

În proiectarea, pregătirea și utilizarea jocului de rol la această temă, profesorul trebuie să parcurgă următoarele *etape metodice*:

_ identificarea situației interumane care se pretează la simulare prin joc de rol și care corespunde obiectivelor urmărite – *comunicarea eficientă cu clienții, pornind de la regula: “Clientul nostru este stăpânul nostru!” și de la împărțirea clienților pe tipologii în funcție de temperamente, caractere și situații conjuncturale.*

_ modelarea situației și proiectarea scenariului instruirii – *La recepția unui hotel de 3 stele recepționarul va informa un client calm și un client grăbit cu privire la produsele turistice corespunzătoare nevoilor exprimate de aceștia.*

_ organizarea grupului, alegerea actorilor, instruirea lor în legătură cu specificul și exigențele jocului de rol;

_ pregătirea rolului de către actori, studierea instrucțiunilor – *elevii se gândesc la câteva replici legate de situația prezentată.*

_ desfășurarea jocului de rol propriu-zis – *comunicarea eficientă între recepționar și un client grăbit și comunicarea eficientă dintre recepționar și un client calm. Profesorul va împărți elevilor care nu participă la jocul de rol fișe de evaluare prin care va fi analizată prestația fiecărui elev pe parcursul derulării jocului de rol.*

_ reflecția și dezbateră colectivă a interpretărilor, analiza de conținut și analiza comportamentelor identificate - *Evaluarea învățării se va realiza prin prezentarea fișelor de evaluare completate de fiecare grupă pe parcursul activității. Profesorul trage concluzii cu privire la prestația elevilor și îi notează.*

Elevii exemplifică fiecare element din fișa de evaluare și fac comentarii cu privire la prestația colegilor.

În concluzie, formarea competențelor prevăzute în programă se poate realiza numai prin aplicarea unor metode de predare – învățare active, care asigură participarea directă a elevilor în procesul de învățare și utilizând resursele umane și echipamentele necesare.

Tehnicile de instruire revin profesorului, care trebuie să adapteze procesul didactic la particularitățile elevilor. În elaborarea strategiei didactice, profesorul va trebui să țină seama de următoarele:

- elevii învață cel mai bine atunci când consideră că învățarea răspunde nevoilor lor;
- elevii învață mai ușor când fac ceva și când sunt implicați activ în procesul de învățare;
- elevii au stiluri de învățare, ei învață în moduri diferite, cu ritmuri diferite și din experiențe diferite;

- participanții contribuie cu cunoștințe semnificative și importante la procesul de învățare;
- elevii învață mai bine atunci când li se acordă timp pentru a „ordona” informațiile noi și a le asocia cu „cunoștințele” vechi.

Bibliografie:

1. Druță, Maria Elena, Grünberg, C.- *Didactica disciplinelor economice*, ASE București, 2003
2. Druță, Maria Elena, Badea, Florica, Mihai, Nina, *Didactica disciplinelor economice, Considerații teoretice și aplicații, Ediția a II-a revăzută și adăugită*, cursuri în format digital
3. Singer, Mihaela, Sarivan, Ligia, Oghină, Daniel, *Ghid metodologic pentru aplicarea programelor școlare, aria curriculară Tehnologii*, Editura SC Aramis Print SRL, București, 2002

1.39. INOVAȚIE ȘI CREATIVITATE ÎN DEMERSUL DIDACTIC LA CLASĂ. STRATEGII DE PREDARE

Prof. Strugaru Doina
Colegiul „Alexandru cel Bun”
Localitatea: Gura-Humorului
Județul: Suceava
România

Abstract

Education means the enlightenment of the human being, the triggering of the truth and it also means understanding and revelation. With the help of education, the human being gets out of darkness that surrounds them and enters a realm of light, goodness, truth or, in brief, “of virtue”. The sense of light awakens by enlightenment and the role of the educator is that of leading their disciples towards enlightenment. This can only happen during the teaching activity which provides the disciples with information in different fields of activity by the educator.

In order to run an efficient teaching activity in the classroom, which is very similar to a real strategy made of learning methods, teaching methods and procedures, the teacher will observe the requirements of the following teaching principles:

- *The principle of students' conscious and active participation in the educational process, which means that the student takes part in their own education and training.*
- *The principle of the connection between theory and practice, which means that all the theoretical knowledge gained by students can provide enough occasions to carry it into effect.*
- *The principle of systematization and continuity of knowledge requires learning the information provided by the teacher and acquiring skills and abilities in a certain logical order, according to a strategy which will secure the students' learning progress.*
- *The principle of intuition or the principle of unity between concrete and abstract, which means that economic phenomena and processes (studied at economic school subject) can be much more easily understood by students if the teacher (educator) uses certain intuitive learning material: diagrams, drawings, theme maps, exercises and problems.*



- *The principle of reverse connection means that the two educational elements, teaching and learning, are in an inter conditional relationship, with positive or negative influence on results.*

*There are two methods of teaching knowledge in the classroom, namely the **integrated teaching and the interdisciplinary teaching.***

*The integrated teaching is related to two reference systems: **the unitary aspect of science and the process of learning in students.***

The integrated teaching is based on four pillars:

- **learning to know**
- **learning to do**
- **learning to live together**
- **learning how to be**

Learning how to know/find out** – involves the mastery of the cognitive tools which represent the essential instruments of learning in oral communication and self-expression, reading, writing and problem solving, but it also involves a broad and deep mastery of certain important fields. The most important pillar is considered the **learning to learn.

***Learning to do** – to acquire the necessary skills to enable the individual to find a profession and to acquire the psychological and social abilities necessary in taking decisions in different life situations and to effectively use modern technological tools.*

***Learning to live together** – to prevent and manage conflicts together with the others in order to reach joint goals, respecting every individual's identity at the same time.*

***Learning to be** – means to develop the individual's personality and to be able to act autonomously and creatively in different life situations, to think critically and responsibly, to expose the individual to cultural values and to make efforts to develop the individual's physical, intellectual and cultural abilities.*

***The interdisciplinary approach** enables the interdisciplinary learning which is based on the following strategies: learning based on projects, teaching in a team consisting of a number of teachers, learning based on cooperation, active learning and the involvement of the community.*

*The natural way of learning of students in all education levels is **not** the acquiring of information in all fields of science but, on the contrary, **the integration of such information, of different skills and abilities** round certain themes which have stirred their interest or certain situations from the real world. Their lives as adults will make the students of these days face problems which mostly involve a global understanding.*

***The correlation of contents, the theme-based teaching and the curricular integration** represent those possible solutions which help overcome the danger which teaching has to face due to its detachment from the real life and its changing into a closed, fictional and sophisticated environment.*

On the interpersonal relationship plan, an integrated curriculum promotes positive attitudes in which students become more responsible in the process of learning and during the running of projects. On this occasion, an implicit bettering of the grouping methods and a certain sense of communication are developed.

***The interdisciplinary teaching** has a special role and it simultaneously focuses on the multiple aspects of the student's development: social, physical, emotional and aesthetic development. The interdisciplinary approach is meant to secure, systematically and progressively, a communicative culture necessary to students for learning, for creating interrelations with their peers and for making the following steps in learning, in view of a permanent learning.*

*Both the integrated and the interdisciplinary approaches are achieved with a **teaching strategy** which aims at reaching certain objectives, playing a lead role within the teaching activities.*

*It is conceived as a complex **teaching scenario**, in which a few items are involved: **the actors of teaching-learning, fulfillment conditions, objectives and methods considered appropriate.***

*The most important teaching strategies are the **inductive** ones, where the teaching process starts from particular to general, the **deductive** ones, from general to particular, used mainly in teaching economic subjects, in the sense that students must learn and comply with the accounting principles so as to be able to consider, from the accounting point of view, the economic phenomena and processes which take place in a company, **the heuristic strategies**, by which students acquire knowledge by personal thinking effort by using, as teaching methods: the discovery, the questioning, the heuristic dialogue and **the teaching strategies**, which have, as components, the teaching and learning methods such as the informative and active participatory ones, individual study and methods of assessment and evaluation.*

Modern teaching methods are centered on the student, on the acquisition of skills and abilities, place the student first during the activities, not the teacher, place learning before teaching and the student becomes both the object and the subject in the process of training and education, in the process of self-development.

We can not ignore what science provides us with, but we should not forget that to educate means to create a vivid, natural and real bond between the teacher and their students.

Atunci când se vorbește despre educație și formare, este folosită o metaforă care se referă la lumină și iluminare. Educația, înseamnă iluminarea ființei umane, scoaterea la suprafață a adevărului, înțelegere și revelare. Cu ajutorul educației, omul iese din întunericul ce-l înconjoară și intră într-o sferă a luminii, a binelui, a dreptății sau pe scurt „a valorii.” Simțul luminii este trezit prin iluminare, iar rolul educatorului este acela de a conduce discipolii spre iluminare. Acest fapt nu poate avea loc decât prin activitatea didactică de predare a informațiilor din diverse domenii de activitate, discipolilor de către educator.

Conținuturile predării, corespund dimensiunilor generale ale educației, în raport de specificul fiecărei vârste, trepte și discipline școlare, cu vădite accente intelectuale care sunt necesare declanșării imediate a acțiunii de învățare care este realizată de elev atât în clasă cât și în afara clasei.

Pentru o eficientizare a activității de predare la clasă, care seamănă cu o adevărată strategie (compusă din mijloace de învățare, metode și procedee didactice), educatorul, va avea în vedere respectarea cerințelor următoarelor principii didactice:

- Principiul participării conștiente și active a elevilor în procesul educational ce semnifică faptul că elevul participă la propria sa formare și instruire și constă în *înțelegerea* cât mai clară și mai profundă a materialului de studiat sau a problemei de rezolvat.
- Principiul legăturii teoriei cu practica, semnifică ca toate *cunoștințele teoretice* acumulate de elevi să ofere *suficiente ocazii de aplicare în practică.*
- Principiul sistematizării și continuității cunoștințelor are ca cerință *învățarea într-o anumită ordine logică a informațiilor diseminate de profesor, a priceperilor și deprinderilor*, conform unei strategii care va asigura progresul școlar al elevilor.
- Principiul intuiției sau principiul unității dintre concret și abstract, presupune ca fenomenele și procesele economice, (ce sunt studiate la disciplinele economice), pot fi înțelese de către elevi mult mai ușor, dacă profesorul (educatorul), *folosește unele materiale didactice intuitive: scheme, planșe, hărți tematice, exerciții și probleme, cât și diapozitive, filme didactice,* organizează lecții de vizită și documentare la muzee și târguri.

- Principiul conexiunii inverse, presupune ca cele două elemente ale instruirii *predarea și învățarea să se afle în intercondiționare*, cu influențe pozitive sau negative asupra rezultatelor.

Predarea, devine astfel o relație cu un obiect cunoscut, în sensul că angajează subiectul din punct de vedere psihologic, afectiv și cognitiv.

Constituie o provocare pentru cadrele didactice *abordarea interdisciplinară a conținuturilor educaționale*, susținută și de reforma învățământului, care în contextul actual are mari șanse de abordare.

Cadrul de referință al Curriculumului Național pentru Învățământul Obligatoriu, punctează anumite idei: *respectarea particularităților de vârstă și individuale*, reperul fundamental în construirea

situațiilor de predare -învățare, *flexibilizarea și diversificarea situațiilor de predare*, ce presupune utilizarea unor metode și procedee variate, interactive care să motiveze, să antreneze inițiativa, imaginația, cât și dorința de a învăța a elevului, *centrarea pe obiective care urmăresc formarea de aptitudini, competențe și capacități*, cât și *centrarea pe elev în proiectarea activităților de învățare*.

Se disting două moduri de predare a cunoștințelor la clasă, și anume o **predare integrată și o predare interdisciplinară**.

Predarea integrată a informațiilor de specialitate, este considerată o strategie modernă, în schimb conceptul de activitate integrată se referă metoda abordată pentru învățarea cunoștințelor. Maniera de organizare a conținuturilor învățământului este similară cu **interdisciplinaritatea**, unde obiectul de învățământ nu se referă numai la o singură disciplină științifică, ci cuprinde o tematică unitară care este comună mai multor discipline. Exemplul cel mai elecvent în acest caz este **firma de exercițiu**, ce reprezintă un tot unitar, însă pentru o desfășurare eficientă a activității firmei este nevoie de un cumul de cunoștințe de specialitate de la diverse discipline de învățământ (planificare operațională, marketingul afacerii, contabilitatea evenimentelor și tranzacțiilor).

Se folosește tot mai frecvent termenul de *predare integrată a științelor*, fapt ce presupune anumite strategii în planul reorganizării conținuturilor, punându-se accentul și pe *ambianța* în care are loc procesul de predare-învățare.

Predarea integrată presupune două sisteme de referință: **unitatea științei și procesul de învățare la elev**.

Ideea despre unitatea științei, presupune predarea științelor ca un fel de principiu natural al învățării. Predarea integrată a științelor se află într-o strânsă interdependență cu societatea, cultura, tehnologia.

Caracteristicile ce definesc predarea integrată se referă la: interacțiunea obiectelor de studiu, centrarea pe activități integrate de tipul proiectelor, corelarea rezultatelor învățării cu anumite situații din viața cotidiană, și o latură practică care se referă la rezolvarea de probleme.

Învățarea integrată dispune de patru piloni:

- **A învăța să știi**
- **A învăța să faci**
- **A învăța să muncești în echipă**
- **A învăța să fii**

A învăța să știi/ să cunoști—presupune stăpânirea instrumentelor cunoașterii care reprezintă instrumentele esențiale ale învățării pentru comunicare și exprimare orală, citit, scris, și rezolvare de probleme, dar mai presupune și o cunoaștere vastă și aprofundată a unor domenii principale, a înțelege drepturile și obligațiile unei societăți democratice. Aspectul cel mai important al acestui pilon este considerat **a învăța să înveți**.

A învăța să faci—a-ți însuși deprinderile necesare pentru a practica o anumită profesie și a-ți însuși competențele psihologice și sociale necesare luării unor decizii adecvate diverselor situații de viață, a folosi eficient instrumentele tehnologiilor moderne.

A învăța să muncești în echipă sau împreună cu ceilalți—a preveni și a rezolva conflictele

A accepta interdependența ca pe o caracteristică a mediilor sociale contemporane, a lucra împreună cu ceilalți în vederea atingerii unor obiective comune, respectând totodată identitatea fiecăruia.

A învăța să fii—presupune a-ți dezvolta personalitatea și a fi capabil să acționeze autonom și creativ în diverse situații de viață, a manifesta gândire critică și responsabilitate, a valoriza cultura și a depune eforturi pentru dezvoltarea propriilor capacități fizice, intelectuale, culturale.

Viața modernă de astăzi poate fi mai profitabilă, dacă se învață *dincolo de discipline, de rigiditatea* canoanelor academice.

Abordarea interdisciplinară, favorizează învățarea interdisciplinară care se bazează pe următoarele strategii: învățarea bazată pe proiect, predarea în echipă formată din mai multe cadre didactice, învățarea prin cooperare, învățarea activă, implicarea comunității.

Se practică abordarea integrată a conținuturilor în învățământul primar ca o necesitate ce este data de nevoia firească a școlarului mic de a explora mediul social, fizic, de a-l cunoaște și a-l stăpâni, abordare eficientă și în cazul elevilor de la gimnaziu și liceu, unde maturitatea gândirii și creativitatea sunt în plină dezvoltare. Modul natural de învățare al elevilor din toate ciclurile de învățământ **nu este** acumularea de informații din toate domeniile științei ci dimpotrivă, **integrarea informațiilor, priceperilor și deprinderilor diverse** în jurul unor teme care le-au stârnit interesul sau a unor situații din lumea reală. Viața de adult îi va așeza pe elevii de azi, în fața unor probleme care presupun de cele mai multe ori o **cunoaștere globală**.

Corelarea conținuturilor, predarea tematică și integrarea curriculară, reprezintă acele soluții posibile care ajută la depășirea pericolului detașării școlii de viața reală și transformarea acestuia într-un cadru închis, fictional și denaturat.

Provocarea în domeniul proiectării programelor școlare, este considerată *integrarea* conținuturilor disciplinelor de studiu cât și a ariilor curriculare.

Argumentele psihopedagogice care sunt în favoarea dezvoltării unui curriculum integrat și a căror utilizare aduc un plus calitativ prin: identificarea mai ușor a relațiilor dintre idei, concepte și temele abordate în școală cât și în afara ei, baza integrată a cunoașterii, va conduce la o mai rapidă reactivare a informațiilor, iar timpul de parcurgere a unui curriculum-ului va fi mai rapid.

În planul relațiilor interpersonale, un *curriculum integrat* promovează atitudini pozitive, elevii devin mai responsabili în procesul învățării, în timpul derulării proiectelor, se dezvoltă o perfecționare implicită a modurilor de grupare și un anume sens al comunicării.

O importanță deosebită are **predarea interdisciplinară**, care pune accentul simultan pe aspectele multiple ale dezvoltării elevului: social, fizică, emoțională și estetică. *Interdisciplinaritatea*, are rolul de a asigura formarea în mod sistematic și progresiv a unei culturi comunicative necesare elevului pentru învățare, pentru interrelaționare cu semenii cât și parcurgerea treptelor următoare de învățare, pentru învățarea permanentă.

Atât abordarea integrată cât și abordarea interdisciplinară se realizează cu ajutorul unei **strategii didactice**, ce vizează atingerea unor obiective, ocupând un loc central în cadrul activității didactice, deoarece proiectarea și organizarea lecției se realizează în funcție de strategia profesorului.

Este concepută ca un **scenariu didactic** complex, în care sunt implicați: **actorii predării-învățării, condițiile realizării, obiectivele și metodele vizate**.

Componentele strategiei didactice se identifică prin: sistemul formelor de organizare și desfășurare a activității educaționale, sistemul metodelor și procedeele didactice, sistemul mijloacelor de învățământ respectiv a resurselor utilizate cât și sistemul obiectivelor operaționale.

Cele mai importante strategii didactice sunt cele **inductive**, unde demersul didactic pornește de la particular la general, **deductive**, de la general la particular, folosite mai ales la predarea disciplinelor economice, în sensul că trebuie respectate și învățate principiile contabilității, pentru a putea analiza din punct de vedere contabil fenomenele și procesele economice care au loc la o firmă, **strategii euristice**, prin care elaborarea cunoștințelor se realizează prin efort propriu de gândire, folosind ca metode didactice: descoperirea, problematizarea, dialogul euristic și **strategiile didactice**, care au în componență metodele de predare și învățare informative și activ participative, de studiu individual, de verificare și evaluare.

O strategie educațională are o dimensiune funcțională și o dimensiune structurală.

Dimensiunea structurală este formată din metode, procedee, forme de organizare și mijloace de instruire, pe când dimensiunea funcțională are în componență: metode, procedee, mijloace și forme de organizare a activității educative, care sunt adaptate obiectivelor, conținuturilor tematice cât și particularităților individuale și de grup ale elevilor.

În procesul de predare-învățare principalele forme de organizare a elevilor în clasă sunt: individuale, grupale și frontale, care prezintă atât avantaje cât și dezavantaje. Organizarea grupală, formă nouă de organizare a elevilor, prezintă următoarele avantaje: asigură o mai bună predare-învățare-evaluare, decât organizarea frontală, deschide largi posibilități de cooperare și control reciproc, în schimb are marele dezavantaj că unii elevi pot rămâne pasivi și pot folosi rezultatele obținute de ceilalți, fără să-și aducă vreo contribuție.

Referitor la procedeele didactice folosite în activitatea de predare-învățare-evaluare, întemeiate pe baza analizei funcțiilor pedagogice, amintim următoarele: *procedee de organizare*, sunt primele procedee, unde se impune o anumită disciplină și o focalizare a atenției, necesare bunei desfășurări a unei lecții, *procedee de reactualizare a cunoștințelor învățate*, *procedee de comunicare*, (care sunt atât de necesare în timpul unei lecții, comunicarea între elev și profesor), *procedee de descoperire sau euristice*, *procedee de esențializare a unui conținut tematic*, *procedee de formare a priceperilor și deprinderilor*, *procedee de evaluare și autoevaluare*.

Dacă metodele clasice de predare, puneau accentul pe însușirea materiei, fiind centrate pe cuvânt, acordau întâietate activității profesorului, promovând astfel *învățământul magistral*, iar *elevul* era privit mai mult ca *obiect al instruirii*, metodele moderne de predare sunt *centrate pe elev*, pe dezvoltarea capacităților și aptitudinilor, dau *întâietate activității elevului și nu profesorului*, trec învățarea înaintea predării, iar *elevul devine atât obiect dar și subiect* al actului de instruire și educare, al propriei sale formări.

Dintre metodele moderne de transmitere a informațiilor se numără: metodele expositive, dintre care amintim *Expunerea, Povestirea,, Explicația, Prelegerea*, cât și metodele conversative, identificate în *Conversația euristică și Conversația catehetică*, iar dintre metodele scrise amintim *Munca cu manualul*, respectiv *Lectura explicativă*.

Profesorul modern își susține lecția cu numeroase mijloace de învățare sofisticate (suporturi multimedia, tehnici de transmitere online), punând mai puțin accentul pe mijloacele clasice de predare, respectiv tabla și creta. Nu putem să facem abstracție de ceea ce ne pune știința la dispoziție, dar să *nu uităm că a face educație, înseamnă a institui o legătură vie, naturală, concretă între profesor și elevii săi*.

Bibliografie

1. Cucoș Constantin, *Educația: Iubire, edificare, desăvârșire*, Editura Polirom, 2008
2. Pătruț Vasile, Solomon Daniela Cristina, Bucur Iulia Andreea, *Didactica disciplinelor economice*, Editura Alma Mater, 2008
3. Șoitu Laurențiu, Cherciu Radu, *Strategii educaționale centrate pe elev*, Editura didactică și pedagogică, 2006



1.40. VALENȚE EDUCATIVE ALE METODELOR INTERACTIVE DE GRUP

Exemple de bune practici metoda pălărilor gânditoare și metoda cubului



Prof. Onofrei Simona Antonela
prof. Șic Ana
Colegiul Economic "Dimitrie Cantemir"
Suceava, România

Abstract

For a successful educational process, it is necessary to associate the traditional methods with the modern ones.

In this article, I presented two modern methods (that of the cube and that of the thinking hats) which can be successfully used for teaching modules: economics, administration, commerce, tourism and public food service.

We outlined the advantages of these methods and the benefits that they bring to the educational system: they stimulate the attention and the reasoning, offering the chance to develop students' competences necessary to a complex approach, they stimulate creativity, communication and they develop analysis skills. These methods also help solving different learning tasks.

In conclusion, both the modern methods and the traditional ones are necessary for the educational system.

Key words: the method of the cube, the method of the thinking hats, educational process, modern methods.

Dezideratele de modernizare și de perfecționare a metodologiei didactice se înscriu pe direcțiile sporirii caracterului activ al metodelor de învățământ, în aplicarea unor metode cu un pronunțat caracter formativ, în valorificarea noilor tehnologii instructionale, în suprapunerea problematizării pe fiecare metodă și tehnică de învățare, reușind astfel să se aducă o însemnată contribuție la dezvoltarea întregului potențial al elevului.

Cerința primordială a educației progresiviste, cum spunea Jean Piaget, este de a asigura o metodologie diversificată, bazată pe îmbinarea activităților de învățare și de muncă independentă, cu activitățile de cooperare, de învățare în grup și de muncă interdependentă.

Într-o abordare modernă, profesorul se preocupă de crearea de ocazii de învățare pentru elevii săi. În acest context, metodele pe care le va folosi sunt mijloacele prin care sunt configurate activitățile de învățare ale elevilor. În absența unui inventar metodologic interiorizat, activitățile elevilor nu pot fi anticipate interactiv, și, cu atât mai puțin declanșate pe parcursul orelor.

Metodele interactive sunt modalități moderne de stimulare a învățării și dezvoltării personale încă de la vârstele timpurii, sunt instrumente didactice care favorizează interschimbul de idei, de experiențe, de cunoștințe.

Metodele interactive stimulează creativitatea, comunicarea, activează toți copiii și formează capacități: spiritul critic constructiv, independența în gândire și acțiune, găsirea unor idei creative, îndrăznețe de rezolvare a sarcinilor de învățare.

Noul, necunoscutul, cautarea de idei prin metodele interactive conferă activității “mister didactic”, se constituie ca o “aventură a cunoașterii” în care copilul e participant activ pentru că el întâlnește probleme, situații complexe pentru mintea lui de copil, dar în grup, prin analize, dezbate, descoperă răspunsurile la toate întrebările, rezolvă sarcini de învățare, se simte responsabil și mulțumit la finalul activității.

De ce metode interactive?

- Creează deprinderi;
- Facilitează învățarea în ritm propriu;
- Stimulează cooperarea, nu competiția;
- Sunt atractive;
- Pot fi abordate din punctul de vedere al diferitelor stiluri de învățare.

Valențe formative ale metodelor interactive

- Stimulează implicarea activă în sarcina didactică;
- Exersează capacitățile de analiză ale copiilor;
- Stimulează inițiativa copiilor;
- Asigură o mai bună punere în practică a cunoștințelor, capacităților și priceperilor;
- Asigură un demers interactiv al actului predare -învățare- evaluare;
- Valorifică și stimulează potențialul creativ, originalitatea copiilor;
- Acționează asupra dezvoltării gândirii critice a copiilor;
- Copiii devin responsabili în rezolvarea sarcinilor;
- Asigură dezvoltarea culturii “de grup” cooperarea, intrajutorarea.
- Încurajează autonomia copilului și promovează învățământul prin cooperare.
- Copiii se comportă cu toleranță, afectivitate, sensibilitate, corectitudine cu cei din jur.
- Învăță să argumenteze.

Prin metodele interactive copiii se ajută unii pe alții să învețe, împărțându-și ideile, învață cum să învețe, se exprimă liber, experimentează, copiii trebuie să fie capabili:

- să asigure conducerea grupului;
- să coordoneze comunicarea;
- să stabilească un climat de încredere;
- să poată lua decizii;
- să medieze conflicte;
- să fie motivați, să acționeze conform cerințelor profesorului.

METODA “PĂLĂRIILOR GÂNDITOARE”

Tehnica interactivă de stimulare a creativității are la bază interpretarea de roluri prin care copiii își exprimă liber gândirea, dar în acord cu semnificația culorii palăriuțelor care definesc rolul.

În cadrul modulului Serviciu hoteliere, clasa a X-a, Tehnician în turism, am aplicat această metodă în interpretarea unui joc de rol în funcție de semnificația culorilor palăriilor: după terminarea realizării

celor 6 grupe, vor fi chemați elevii care vor interpreta jocul de rol: *Sosirea și cazare unui cuplu la hotel*. Apoi un reprezentant din fiecare grupă va prezenta „actorilor” tema fișei lor, conformându-se tipologiei „pălăriei” lor. Elevii „actori” vor culege informații și vor expune la sfârșit concluziile.

Șase palarii gânditoare:

- Șase moduri de a gândi
- Gândirea în paralel
- Un instrument de inovație

Etape:

- Se formează un grup de 6 copii;
- Se împart pălăriile gânditoare;
- Se prezintă de către profesor o situație cât mai concis formulată pentru a fi înțeleasă de copii;
- Copiii dezbate situația ținând cont de culoarea pălăriei care definește rolul.

Semnificația culorilor

- **Pălăria albastră** – este liderul, conduce activitatea. Este pălăria responsabilă cu controlul discuțiilor, extrage concluzii – **clarifică**;
- **Pălăria albă** – este povestitorul, cel ce redă pe scurt conținutul textului, exact cum s-a întâmplat acțiunea, este neutru – **informează**;
- **Pălăria roșie** – își exprimă emoțiile, sentimentele, supărarea, față de personajele întâlnite, nu se justifică – **spune ce simte**;
- **Pălăria neagră** – este criticul, prezintă aspectele negative a întâmplărilor, exprimă doar judecăți negative – **identifică greșelile**;
- **Pălăria verde** – este gânditorul, care oferă soluții alternative, idei noi, dă frâu imaginației {Ce trebuie făcut?} – **generează idei noi**;
- **Pălăria galbenă** – este creatorul, simbolul gândirii pozitive și constructive, explorează optimist posibilitățile, crează finalul – **efortul aduce beneficii**;

Beneficiile metodei:

Copiii învață :

- Să **comunică** ce simt fără rețineri;
- Să comunice liber gândurile, dar din perspectiva semnificației culorii;
- Să-și exteriorizeze emoțiile, sentimentele;
- Să evite greșelile;
- Să ia decizii;
- Să cunoască semnificația fiecărei culori;
- Să-și schimbe modul de a gândi experimentând un altul.

METODA CUBULUI

Metoda cubului este o metodă interactivă de predare care se folosește atunci când se dorește descoperirea unui subiect din mai multe perspective.

Etape:

- Se realizează un cub ale cărui fețe pot fi acoperite cu hârtie de culori diferite;
- Pe fiecare față a cubului se scrie câte una dintre următoarele instrucțiuni: DESCRIE, COMPARĂ, ANALIZEAZĂ, ASICIAZĂ, APLICĂ, ARGUMENTEAZĂ;
- Se poate lucra în perechi sau în grupuri restrânse;
- Este recomandabil ca fețele cubului să fie parcurse în ordinea prezentată urmând pașii de la simplu la complex.

➤ Am aplicat această metodă la Modulul *Planificare Operațională*, clasa a XI-a, Lecția: *Structura organizatorică a întreprinderii* astfel:

Fiecare grup are de rezolvat o sarcină cuprinsă pe una dintre fețele cubului timp de 10 – 15 minute.

- Realizați descrierea înființării unui SRL;
 - Comparați 1-2 tipurile de producție (masă, serie, individuală);
 - Asociați noțiunile din coloana A cu cele cuprinse în coloana B.
 - Analizați conceptul de *Structură organizatorică*.
 - Aplicați cunoștințele în rezolvarea studiului de caz.
 - Argumentați modalitatea de influență ai factorilor structurii organizatorice.
- După rezolvarea sarcinii de lucru, elevii vor folosi noțiunile înscrise pentru a demonstra sistematizarea cunoștințelor.
- Prin brainstorming, participanții identifică idei noi pe care le includ într-o fișă a grupei. Prin acest exercițiu se încurajează participarea fiecărui elev și a lucrului în echipe.
- Forma finală a conținuturilor realizate de fiecare grupă este împărtășită întregii clase (6 minute – câte un minut pentru fiecare față a cubului).
- Lucrarea în forma finală poate fi desfășurată pe tablă.

CONCLUZII

După cum am văzut, atât **metoda pălărilor gânditoare** cât și **metoda cubului** sunt două metode interactive de predare.

Avantajele acestor metode sunt acelea că stimulează atenția și gândirea, oferă posibilitatea elevilor de a-și dezvolta competențele necesare unei abordări complexe și integratoare, lucrul individual, în echipe sau participarea întregii clase la realizarea cerințelor *cubului* și *pălărilor gânditoare* este o provocare și determină o întrecere în a demonstra asimilarea corectă și completă a cunoștințelor.

Metodele activ-participative au însă și **dezavantaje**: necesită o pregătire mai riguroasă și mai îndelungată, nu pot fi folosite în cadrul oricărei lecții, bagajul informațional este mai mic, necesită atenția sporită a elevilor dar și capacitatea lor de a face conexiuni și de a descoperi singuri răspunsurile. Învățarea creativă presupune existența unui potențial creativ al elevului, manifestat în receptivitatea față de nou, curiozitatea științifică, nonconformism, originalitate, capacitate de elaborare, fluentă și divergența gândirii, imaginație creatoare, inventivitate.

Atât metodele tradiționale, cât și cele alternative de predare- învățare sunt fundamentale pentru buna desfășurare a activității didactice.

Profesorului îi revine sarcina de a selecta atât metodele moderne cât și cele tradiționale ce pot fi folosite eficient în lecțiile de la clasă.

BIBLIOGRAFIE

1. Druță, M., Didactica disciplinelor economice, ed. a II-a, București, Editura ASE, 2006;
2. Pintilie, Mariana, Metode moderne de învățare-evaluare, Editura Eurodidact, Cluj-Napoca, 2003;

1.41. REPERE PRACTICE DE INOVARE A STRATEGIILOR DIDACTICE

prof. Valinciuc Corina
prof. Stoleru Niculina
Colegiul Economic "Octav Onicescu"
Botoșani, România

Abstract

Company exercise method it is a method used with grades XI th and XII th, this method provides training and premises of professional integration of graduates answering to the need for flexibility and adaptation to the types of skills identified as necessary at present and especially in the future, on a labor market which is in continuous change and adaptation. Students participate actively and they form their personal and professional development, getting involved directly in the learning process . The method consists insimulating the establishment, organization and functioning of a company at a virtual level, registered in the national network ROCT.

A workshop is a session of training that can last for a few days, focusing on solving problems; it requires active participation and practice, not only theoretical training it also requires involvement of participants.The idea is that the working group is actively involved.

The method of cooperative learning

It is an effective method of working with students grouped four to six, forming teams, which can be as diverse and heterogeneous. Members of each team shall consult, cooperate to perform simpler tasks or complex tasks . They contribute to the development of ideas - answers, solutions, proposals, arguments and providing rewards for team success. It can be applied in different ways, using different methods and techniques. One of the methods is called 6-3-5 "because student groups aremode up of six members, they states three ideas which are improved by the others 5 students. The other method is technical heraldry, it is based on team work to address theoretical notions of a more complex scientific content practically. It is called so because all of the signs, symbols, meanings, that students assigned to more complex economic concepts. The crest is suggestive and representative for states or communities and so it must be for the team that conceived it and for the subject matter.

An efficient and modern method that allows a comprehensive assessment of learning, involving an increased volume of work, mostly employed on issues of problematic nature, outside the classroom, is the project. Student work is conducted independently, individually or in groups over a longer time span a complementary method of evaluation. Among the advantages of this method we mention: the possibility of an interdisciplinary approach to the topic; strengthening intellectual activity and enhancement techniques , stimulating students' initiative and independence in activities, development of cognitive structures and their creative capabilities.

The project activity offers producers the opportunity to apply the skills acquired, it addresses their skills, emphasizes their inner motivation, encouraging them in the work that they do. Students broaden their knowledge horizons and deepen their already acquired ones, operate with new techniques, have the opportunity to apply elements of multidisciplinary, transdisciplinarity, interdisciplinary, find various sources of information and selects it according the requirements.

A practical example of project was presented within the module Accounting Events and Transactions which students of class XI th, grouped in fours, have carried out several projects including one entitled "Accounting for obtaining finished products in a laboratory type confectionery

pastry unit”, using methods, procedures and various teaching aids. To apply the method, the teacher announced the project theme, objectives, tasks to be achieved at group level, recommendations on steps and working arrangements, layout and evaluation.

The pupils worked enthusiastically independently and in groups outside the class and inside the class, being motivated by the attractiveness of the subject. The projects proved to be the fruit of a rich semidirected activities, creativity.

Colegiul Economic ”O. Onicescu” Botoșani este unul dintre cele mai renumite instituții din învățământul botoșănean care s-a impus prin rezultate remarcabile. Școala oferă posibilitatea calificării în profesii din domeniul economic, administrativ, turism și alimentație publică. Competențele profesionale ale elevilor sunt formate în cadrul modulelor de specialitate la orele de laborator tehnologic și de practică comasată. Cadrele didactice din aria curriculară Tehnologii utilizează strategii didactice inovative, creative care contribuie la instruirea practică activ - participativă a elevilor.

1. Metoda Firma de exercițiu

Ca modalitate de organizare a orelor de laborator tehnologic la clasele a XI-a și a XII-a, această metodă asigură formarea profesională și premisele integrării profesionale a absolvenților, răspunzând nevoii de flexibilitate și adaptare la tipurile de competențe identificate ca fiind necesare în prezent și mai ales în viitor, pe o piață a muncii aflată în continuă schimbare și adaptare.

Elevii participă activ și se dezvoltă personal și profesional implicându-se direct în procesul de învățare. Ei dobândesc, pe de o parte, competențele cheie (abilități antreprenoriale, deprinderi de lucru în echipă, capacitate de conducere, autonomie de lucru, luarea de decizii și asumarea răspunderii, culegerea și prelucrarea independentă a informațiilor, gândirea creativă, aplicarea în practică a cunoștințelor teoretice, rezolvarea de situații problemă, organizarea locului de muncă), iar pe de altă parte, competențe specializate ce presupun organizarea și conducerea activității firmelor, fundamentarea de strategii, elaborarea ofertelor de produse și servicii, ținerea evidenței contabile, efectuarea analizei eficienței economico-financiare a firmei.



Metoda constă în simularea modului de înființare, organizare și funcționare a unei firme la nivel virtual, înregistrată în rețeaua națională ROCT. Elevul și profesorul formează o „echipă” în care fiecare are rolul său. Profesorul are un rol hotărâtor în procesul de pregătire în sau prin intermediul Firmei de exercițiu. El trebuie să sprijine activitatea, să o coordoneze, să o planifice și să o controleze.

În școală se organizează Târgul Firmelor de exercițiu — PROMEX în cadrul Programului „Școala Altfel”. O serie de activități se desfășoară prin workshop-uri, lecții vizită, târguri, expoziții, schimburi de bune practici.

Anual, au loc târguri regionale și naționale ale firmelor de exercițiu, unde se întâlnesc profesioniști împreună cu elevi de la școlile cu profil economic din toată țara. În mai 2014 a avut loc Târgul Regional de la Pașcani la care a fost premiată F.E. ECOPAPET. În mai 2015, la Târgul Național al firmelor de exercițiu la Bacău, de la Colegiul Economic ”O. Onicescu” a participat F.E. Mobclass, a clasei a XI -a D, premiată la mai multe secțiuni (”Cel mai bun stand”, ”Cel mai bun catalog”).

Colegiul Economic „Octav Onicescu” Botoșani a semnat un acord cu Centru de Resurse Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava fiind membră a unei rețele de firme de exercițiu pe zona Moldova. Acest lucru va permite școlilor membre să desfășoare activități de peer learning,

în care elevii și profesorii vor derula schimburi de experiență și se vor sprijini în demersurile comune de a forma capacități antreprenoriale elevilor.

2. Workshop-ul

Workshop –ul este o sesiune de training-uri care poate dura și câteva zile, pune accent pe rezolvarea de probleme, presupune o participare activă, practică nu doar teoretică și cere implicarea participanților. Ideea este cea de grup de lucru care este implicat activ.

Teme pentru Workshop-uri pe domeniul antreprenorial pot fi:

- Cum îmi înființez propria firmă?
- Planul de afaceri al firmei / Planul de marketing al firmei
- Cum se pot recruta angajații firmei?

Exemplu

Modulul: Organizarea resurselor umane

Tema: Recrutarea și selecția personalului

Tema workshop: Cum mă pregătesc pentru interviul de angajare la o firmă?

Workshop-ul se poate organiza celor la început de drum în ceea ce privește cariera, elevilor de clasa a XII a, care nu au mai fost la nici un interviu, ca o activitate extradidactică sau extrașcolară, implicând elevi din diferite clase, specialiști în recrutare, voluntari și personal din cadrul firmelor.

Un asemenea eveniment este de ajutor pentru angajare, pentru autocunoaștere, pentru evidențierea unor puncte forte și pentru dobândirea unei atitudini pozitive.

Metode, procedee didactice: Explicația, conversația, jocuri de improvizație, lucrul pe echipe, brainstorming, joc de rol, exercițiul

Mijloace didactice: Fișe de lucru, manuale, planșe, flipchart, carioca

Forma de organizare

Activități desfășurate:

- a. Icebreaker și energizare ce ajută la destinderea atmosferei;
- b. Jocuri de rol utile participanților, individuale și de grup, pentru a observa ce presupune prezentarea nepotrivită la interviu (greșeli precum lipsa pregătirii, neîncredere în forțele proprii, atitudine nepotrivită, lipsa autocunoașterii, limbaj nonverbal) și să-și dezvolte abilitățile de prezentare;
- c. Exerciții aplicative, individuale și în perechi, folosite de participanți pentru a-și putea afla și evidenția mai bine trăsăturile de caracter, punctele forte în cadrul unui interviu, dar și să poată răspunde corespunzător la întrebarea “Ce puncte slabe ai?”, pentru a putea căpăta mai multă încredere în sine;
- d. Discuții de grup și frontale, cu privire la toate aspectele ce trebuie luate în calcul atunci când se organizează un interviu (vestimentație, întrebări insolite, așteptări salariale etc.);
- e. Simularea interviului cu reprezentanți ai angajatorilor.

Beneficiile participării:

- Creșterea încrederii în sine prin exerciții specifice;
- Identificarea greșelilor care pot fi făcute la interviu;
- Identificarea modalităților de depășire a obstacolelor în cadrul unui interviu.
- Autocunoașterea și identificarea trăsăturilor de caracter personale;
- Evidențierea importanței atitudinii pozitive în prezentarea la un interviu;
- Feedback concret în urma simulării și jocului de rol pe care aceștia, individual, l-au avut cu recrutorii.

3. Metoda de învățare în cooperare – în echipe de elevi

Este o metodă de lucru eficientă prin care elevii, grupați câte patru până la șase, formează echipe, care pot fi cât mai diverse și eterogene. Membrii fiecărei echipe se consultă, cooperează la realizarea unor activități complexe sau sarcini mai simple. Ei contribuie la elaborarea unor idei – răspunsuri,

soluții, propuneri, furnizarea de argumente și se recompensează pentru succesul echipei. Se poate aplica în diverse modalități, utilizând diferite procedee și tehnici.

3.1 Tehnica 6-3-5

Se numește „6-3-5”, pentru că grupele de elevi sunt compuse din 6 membri, se enunță 3 idei care sunt îmbunătățite de ceilalți 5 elevi. Ușor de aplicat, această tehnică permite abordarea unor subiecte de la foarte simple la complexe, atât la clasele mici (a IX a și a X a), cât și la clasele mari de liceu (a XI a și a XII a), la orele de curs teoretic și la laborator tehnologic.

Exemplu

Modulul: Planificarea operațională - laborator tehnologic

Subiectul - Elaborarea unui plan managerial pentru firma de exercițiu - structura optimă a planului.

Metode, procedee didactice: explicația, conversația, lucrul individual, brainstorming, studiul de caz, lucrul pe echipe;

Mijloace didactice: fișe de lucru, fișe de documentare.

Forma de organizare:

După formularea subiectului pentru care se cer soluții, clasa este împărțită în grupe de 6 elevi. În fiecare grup se alege un moderator. Se distribuie foi pe care s-a realizat un tabel cu 3 coloane. Fiecare elev formulează trei idei de realizare a planului, pe care le scrie în coloana tabelului, apoi transmite foaia sa colegului din dreapta și o primește pe a celui din stânga. Se discută cinci minute pe seama tabelului primit. Se citesc ideile și se încearcă prin formulări noi să le modifice în sens creativ. Foile sunt transmise de la un elev la altul, până când ideile inițiale sunt îmbunătățite de toți membrii grupului. Profesorul primește foile, centralizează ideile, le clasifică în funcție de importanța lor și le cuantifică. La final se va raporta, prin realizarea unui tabel. Pentru realizarea feed-back-ului și stimularea autoevaluării, ulterior vor fi discutate și analizate ideile formulate.

3.2. Tehnica blazonului

Se bazează pe lucrul pe echipe pentru a aborda practic noțiuni teoretice dintr-un conținut științific mai complex. Se numește așa datorită ansamblului de semne, simboluri, înțeleșuri, pe care elevii le atribuie unor concepte economice mai complexe. Blazonul este sugestiv și reprezentativ pentru state sau comunități deci trebuie să fie și pentru echipa care l-a conceput și pentru subiectul tratat.

Exemplu

Modulul: Planificare operațională

Subiectul: Funcțiunile întreprinderii

Metode, procedee didactice: explicația, conversația, lucrul pe echipe, brainstorming, întrebări de reflecție, exercițiul

Mijloace didactice: fișe de lucru, manuale, planșe, flipchart, carioaca

Forma de organizare:

Grupuri de 6 elevi, în timp de 15 minute vor realiza blazoane cu tema “Funcțiunile întreprinderii”.

Fiecare grup va realiza un blazon cu una din subtemele: Funcțiunea de cercetare-dezvoltare, Funcțiunea de producție, Funcțiunea comercială, Funcțiunea financiar-contabilă, Funcțiunea de resurse umane. Se împart elevii în grupe de câte șase, după modelul “numără de la 1 la 6”, cerându-le să se gândească la Funcțiunile întreprinderii studiate. Fiecare grup extrage un bilețel, pe care e trecută “tema” blazonului pe care-l au de realizat. Fiecare grup, primește o coală mare de carton, compartimentată, conturată ca un blazon. Se precizează regulile: elevii din același grup se consultă, pentru a nu scrie de două ori aceeași caracteristică a funcțiunii. Fiecare grup își prezintă blazonul, cu detalii despre imaginile și ideile desenate în căsuțele blazonului.

Liderul fiecărui grup explică alegerea conținuturilor și simbolurilor din fiecare compartiment al blazonului. Urmează “turul galeriei”, fiecare grup observând și analizând lucrările. Fiecare a putut completa ceea ce lipsea din conținutul blazonului, chiar dacă nu a făcut parte din grupul respectiv, astfel că, prin cooperare, s-a obținut un blazon cât mai fidel pentru fiecare temă.

Toate blazoanele sunt așezate pe un panou, în cerc, în jurul unei imagini simbolice cu organizarea procesuală

4. Metoda proiectelor

O metodă modernă și eficientă ce permite o evaluare complexă a învățării, implicând un volum sporit de muncă, mai ales activitate independentă, pe teme de natura problematică, în afara clasei, este proiectul. Acesta implică inițiativă, creativitate, originalitate, capacitate de selectare a informațiilor, forma de organizare și prezentare, design și alegerea formei de evaluare a produsului finit.



Activitatea elevilor se desfășoară în mod independent, individual sau în grup, într-un timp mai îndelungat (o săptămână, o lună etc.), presupune un efort de informare, elaborarea și prezentarea unui produs finit (dispozitiv, model, referat, portofoliu, monografie etc.), care va fi evaluat (de aceea, proiectul se întâlnește și ca metodă complementară de evaluare).

Printre avantajele acestei metode, se pot menționa: posibilitatea unei abordări interdisciplinare a temei; consolidarea și valorificarea tehnicilor de activitate intelectuală (de adunare, prelucrare și prezentare a informațiilor); stimularea inițiativei și independenței elevilor în activități; dezvoltarea structurilor cognitive și a capacităților creatoare ale acestora.

De asemenea, activitatea de proiect oferă realizatorilor oportunitățile de a aplica priceperile dobândite, se adresează competențelor acestora, accentuează motivația intrinsecă, încurajându-i în munca pe care o depun. Prin aceasta elevii își largesc orizontul de cunoaștere și le aprofundează pe cele deja dobândite, operează cu tehnici noi, au posibilitatea de a aplica elemente ale pluridisciplinarității, transdisciplinarității, interdisciplinarității, găsesc surse de informare variate și le selectează în funcție de cerințe. Elevii sunt încurajați în „cercetare” și prezintă, cu interes, proiectul realizat în manieră proprie.

Exemplu

Tema: Contabilitatea stocurilor

La modulul Contabilitatea Evenimentelor și Tranzacțiilor, pentru o mai bună cunoaștere a fluxului de operații de evidență contabilă specifice unei unități economice, elevii clasei a XI a, grupați câte patru, au realizat mai multe proiecte printre care și cel cu titlul „Contabilitatea obținerii produselor finite într-o unitate tip laborator de cofetărie patiserie”.

Alegerea temei a vizat și cunoștințele dobândite la alte module/obiecte de învățământ: Contabilitatea unității economice, Studiul calității produselor și serviciilor, Comunicare profesională, Patrimoniul unității, precum și C.D.L., T.I.C. Strategiile didactice folosite în realizarea proiectelor au fost activ-participative (creative și euristice) centrate pe elev.

Metode, procedee didactice: explicația, conversația, demonstrația, documentarea, învățarea prin descoperire, problematizare, lucrul pe teren, studiul de caz, lucrul pe echipe.

Mijloace didactice: fișe de lucru, manuale, ghid de învățare, fișe de documentare, documente tipizate, planul general de conturi.

Forma de organizare:

Pentru aplicarea metodei, profesorul a comunicat tema proiectului, obiectivele, sarcinile de rezolvat la nivelul grupei, recomandări privind etapele și modalitățile de lucru, modul de prezentare și evaluare.

Elevii grupei au avut de rezolvat ca sarcini: calculul costurilor și prețurilor la produsele finite, realizarea analizei și înregistrărilor contabile, completarea documentelor de evidență, elaborarea registrelor contabile și a balanței de verificare.

Aceste sarcini s-au corelat, permițând în final realizarea unui proiect încheiat care a presupus parcurgerea următoarelor mari etape: stabilirea informațiilor necesare, a surselor și acumularea informațiilor, sistematizarea și prelucrarea informațiilor și redactarea secțiunilor lucrării, corelarea părților și elaborarea lucrării în forma finală, prezentarea proiectului pentru evaluare.

Elevii au lucrat cu mult entuziasm, independent dar și în grup, în afara clasei dar și în clasa, motivați fiind de atractivitatea subiectului. Proiectele s-au dovedit a fi rodul unei bogate activități semidirijate, de creativitate.

Bibliografie:

1. Cerghit, Ioan, Sisteme de instruire alternative și complementare. Structuri, stiluri și strategii, Editura Aramis, București, 2002;
2. Cerghit, Ioan, Metode de învățământ, Editura Polirom, Iași, 2006;
3. Cucos, C., Teoria și metodologia evaluării, Editura Polirom, Iași, 2008;
4. Manolescu, M., Evaluarea școlară. Metode, tehnici, instrumente, Meteor Press, București, 2005;
5. Oprea, Crenguța, L., Strategii didactice interactive – repere teoretice și practice, Editura Didactică și Pedagogică, București, ed. a IV-a, 2009;
6. Oprea, Crenguța, L., Pedagogie. Alternative metodologice interactive, Editura Universității din București, București, 2003;

1.42. APLICAREA METODEI STUDIULUI DE CAZ LA PREDAREA LECȚIEI „IMPACTUL ȘI VALORIFICĂRII RESURSELOR ASUPRA EXPLOATĂRII MEDIULUI”

Prof. Vasilie Carmen
Colegiul Național de Agricultură și Economie,
Tecuci, Galați, România

Abstract

School is no longer just an institution where students come to receive information. Pupils now form the skills that will help them in adult life. A few decades ago, the professor was seen as the main source of information in the classroom. As a result of the globalization process, access to information has become increasingly more accessible to students. Thus he became a teacher of the student guide in selecting the information they need. It provides learning experiences, intense emotions about the discovery of new information and thus becomes a real coach. The main objective of the teacher is to develop in students the critical thinking, an objective that can be achieved only through active-participative methods combined with traditional methods. Using active - participative

methods, student becomes an active subject. Active learning leads students to form their own understanding of the material and their own perspective.

The case study is part of active-participative methods that stimulate thinking and creativity, leads the student to seek and develop solutions for various problems, make critical reflections and value judgments, to compare and analyze the data statements.

Many students are more inductive than deductive reasoners which means that they learn better from examples than from logical development starting with basic principles. The use of case studies can therefore be a very effective classroom technique.

Taking into account all the aspects mentioned above, I was thinking to apply case study method in teaching the lesson "The impact and recovery of resources exploitation on the environment" - geography cls-XI. Originally I divided the class into six groups and I gave each group a case to research and study. To the first group I gave about "Deforestation from the Amazon basin," to the second group I gave "Operation in the Calimani mountains", to the third group "The exploitation of gold in Rosia Montana", to the fourth group "Coal mine exploitation Caballo-USA", to the fifth group " Oil tanker accident in the Gulf of Mexico " and to the sixth group "Drying up of the Aral Lake." After researching cases students in each group were required to carry out a project and submit it to their colleagues.

The plan after students have guided, looking for information, and doing the project was the following:

- The location and time of the events
- History of long-term impact of exploitation on the environment
- Ecological accidents and their impact on the environment
- Remediation of environmental quality in the exploitation of resources

By using this method, I wanted to pursue the impact of lithosphere, hydrosphere and biosphere resource exploitation on the environment

Școala nu mai reprezintă doar o instituție unde elevii vin să primească informații. Acum elevii își formează competențe care le va fi de ajutor în viața de adult. Cu câteva decenii în urmă, profesorul era văzut ca principala sursă de informații la clasă. În urma procesului de globalizare, accesul la informații a devenit din ce în ce mai accesibil elevilor români. Astfel profesorul a devenit un îndrumător al elevului în selectarea informațiilor de care are nevoie. El oferă experiențe de învățare, emoții intense despre descoperirea noilor informații și devine astfel un adevărat antrenor. Profesorul – antrenor are misiunea de a stimula dorința de învățare a elevilor astfel încât învățarea să devină un proiect personal al elevului.

Obiectivul principal al profesorului este de a dezvolta la elevi gândirea critică, obiectiv de tip formativ ce se poate atinge doar prin utilizarea metodelor activ-participative îmbinate cu metodele tradiționale. Prin folosirea metodelor activ-participative, elevul devine un subiect activ. Învățarea activă îi determină pe elevi să-și formeze propria lor înțelegere a materialului și propria lor perspectivă.

Studiul de caz face parte din metodele activ – participative care stimulează gândirea și creativitatea, îl determină pe elev să caute și să dezvolte soluții pentru diferite probleme, să facă reflecții critice și judecăți de valoare, să compare și să analizeze situațiile date.

Foarte mulți elevi au o gândire inductivă mai mare decât cea deductivă, de aceea ei pot învăța mai bine din exemple decât dintr-o desfășurare logică începând cu principiile de bază. Folosirea studiului de caz poate fi astfel foarte eficientă în predarea la clasă. Metoda studiului de caz nu este doar o metodă de învățare ci este și o metodă de cercetare. Elevii se confruntă în mod direct cu o situație specifică sau reprezentativă pentru un anumit gen de fenomene, relații, acțiuni, etc; această situație poate fi reală sau ipotetică, modelată sau simulată, existentă sau posibilă. Rolul profesorului

în cazul folosirii metodei studiului de caz se reduce doar la cel de incitator și de provocator al demersurilor de rezolvare a cazului.

Metoda studiului de caz plasează elevul în centrul procesului educațional. Elevul contează. Elevilor li se dă o mare responsabilitate pentru ce și cum învață. Profesorul nu mai este o 'mașină automată de vorbit' ci doar un dirijor care vrea să scoată de la elevii săi tot ce e mai bun.

Etapele studiului de caz:

1. Etapa pregătitoare presupune împărțirea clasei pe grupe, stabilirea temei, stabilirea obiectivelor urmărite, stabilirea modalităților de documentare (profesorul are un rol esențial în acest moment, deoarece, în funcție de nivelul clasei poate propune o bibliografie sau poate coordona activitatea de elaborare a bibliografiei), stabilirea modalității de prezentare (de exemplu un proiect elaborat pe grupe), stabilirea termenului de finalizare.

2. Etapa de documentare presupune consultarea materialului bibliografic, consemnarea pe fișe sau într-un jurnal de lectură a citatelor semnificative, comentariilor critice, opiniilor personale sau a altor materiale.

3. Etapa finală presupune realizarea proiectelor, prezentarea proiectelor, discuții cu toată clasa în care colegii pot cere lămuriri, pot comenta aspectele care li s-au părut interesante și pot evalua activitatea grupelor

Luând în considerare toate aspectele enunțate mai sus, m-am gândit să aplic metoda studiului de caz la predarea lecției „Impactul exploatării și valorificării resurselor asupra mediului” – geografie cls a – XI - a. Inițial am împărțit clasa în șase grupe și am dat fiecărei grupe câte un caz de cercetat și studiat. Primei grupe i-am dat despre „Defrișarea pădurilor din Bazinul Amazonului”, celei de-a doua grupe i-am dat „Exploatarea de sulf din Munții Călimani”, a treia grupă „Exploatarea de aur de la Roșia Montană”, a patra grupă „Exploatarea cărbunilor din mina Caballo - SUA”, a cincea grupă „Accidentul petrolier din Golful Mexic” și a șasea grupă „Secarea Lacului Aral”. După cercetarea cazurilor elevii din fiecare grupă trebuiau să realizeze câte un proiect și să-l prezinte colegilor.

Planul după care s-au ghidat elevii în căutarea informațiilor și în realizarea proiectului a fost următorul:

- Localizarea și timpul când s-au desfășurat evenimentele
- Istoricul evenimentelor
- Impactul de lungă durată al exploatării resurselor asupra mediului
- Accidente ecologice și impactul acestora asupra mediului
- Măsuri de remediere a calității mediului în urma exploatării resurselor

Prin abordarea acestei metode am vrut să urmăresc care este impactul exploatării resurselor litosferei, hidrosferei și biosferei asupra mediului. Pe fondul creșterii populației Terrei, au crescut și nevoile acesteia care au dus la o intensificare a exploatării resurselor naturale.

Într-o fază inițială toți elevii au strâns materiale (atât informații cât și fotografii) pe care le-au confruntat între ei și au decis ce informații să folosească în realizarea proiectelor și ce fotografii ar fi mai potrivite pentru prezentare dar care să aibă și un impact vizual mare.

După ce toți elevii au strâns materialele am stabilit o zi pentru realizarea proiectelor. Iată câteva imagini din timpul realizării proiectelor.



Pregătirea proiectelor

Timp de două ore elevii au elaborat fiecare studiu de caz și au fost foarte încântați de rezultatele obținute.

În etapa finală, elevii și-au prezentat proiectele după care a urmat dezbaterile soluțiilor găsite pentru fiecare caz în parte. Prin utilizarea acestei metode, elevii n-au învățat doar teoria ci vor trebui să aplice cele învățate și în viața reală. În timpul studierii cazului, elevii au învățat foarte multe lucruri deoarece învățarea a fost centrată pe ei. De asemenea ei dobândesc competențe pe care le vor folosi toată viața cum ar fi: analiza, comunicarea și colaborarea. În urma aplicării acestei metode, elevii au învățat care este rolul pădurii, care sunt consecințele și cauzele defrișărilor și ce soluții ar putea fi luate pentru împiedicarea distrugerii ecosistemelor; care sunt consecințele exploatării neraționale ale resurselor hidrosferei; care sunt consecințele exploatării resurselor litosferei și ce măsuri de îmbunătățire a calității mediului ar putea fi luate după terminarea resurselor și închiderea minelor.



Proiectele finale în elaborarea studiilor de caz

Studiile de caz nu trebuie luate la întâmplare, ci ele trebuie gândite foarte bine de profesor și trebuie să urmărească obiectivele lecției. Profesorul trebuie să caute cazuri care spun povești interesante și nu sunt foarte mari. În studierea cazurilor mici, elevii sunt mai bine pregătiți în discuții deoarece au mai mult timp să citească cazurile. Pentru a selecta un caz anume, profesorul trebuie să-l citească întâi și să-și formeze o părere despre acesta.

În concluzie, această metodă mi se pare cea mai eficientă din toate metodele moderne aplicate de mine, deoarece elevul este în centrul procesului de învățare și trecând prin toate etapele acesteia, își dezvoltă foarte multe competențe necesare pe tot parcursul vieții (comunicarea, lucrul în echipă și rezolvarea de probleme).

Această metodă permite conceptelor teoretice să fie demonstrate, astfel prin aplicarea acesteia se realizează legătura dintre teorie și practică.

Bibliografie

1. Cf. M. Ionescu, V. Chiș, "Strategii de predare și învățare", București, Editura Științifică, 1992.
2. Dulamă M., „Metodologii didactice activizante”, Editura Clusium, 2008
3. Florea Voiculescu, Ioana Tudor, Aldea Delia, Ramona Petrovan, Lucia Buda, Liana Tăușan, „Psihopedagogie. Teme pentru programele de formare continuă a personalului didactic”, Alba-Iulia, Editura Aeternitas, 2006, p. 418.



1.43. PROIECT DIDACTIC

Prof. Iordache Anca Paraschiva
Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir”
Suceava, România

Profesor: Iordache Anca Paraschiva

Clasa: a XI-a

Durata lecției: 50 minute

Modul V: Contracte economice

Unitatea III: Elaborarea unor tipuri de contracte în funcție de un context dat

Titlul lecției: Contractul de vânzare cumpărare

Tipul lecției: comunicare de noi cunoștințe – varianta mixtă

Unitate de competență: UC3 – C1 Aplică dispoziții legale în materie de practici contractuale
C2 Aplică prevederi contractuale în termeni favorabili agentului economic
C3 Creează și menține relații profesionale

Obiective operaționale:

La sfârșitul activității, elevii vor fi capabili:

- O1: să definească corect contractul de vânzare/cumpărare
- O2: să identifice elementele contractului de vânzare/cumpărare
- O3: să analizeze condițiile de validitate pentru contractul de vânzare/cumpărare
- O4: să aplice noțiunile dobândite în realizarea unui contract de vânzare/cumpărare în limba română și în limba engleză

Competențe cheie:




- Pregătirea pentru integrarea la locul de muncă,
- Abilitatea de a întocmi contracte economice,
- Dezvoltarea personală în scopul obținerii performanței.

Metode folosite: Brainstorming-ul, rețeaua spidergram, metoda motivației, expunerea, conversația, observația, dezbateră, problematizarea

Mijloace didactice: fișe de documentare, tabla, manual, videoproiector, flipchart, fișe de lucru, contracte de vânzare/cumpărare – formulare tipizate, în limba română și limba engleză

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

DESCRIEREA ACTIVITĂȚII

Scopul predării	Strategia de predare	Tim p aloc at	Strategii de învățare			Resurse
			 Elevi cu dominanta auditivă	 Elevi cu dominanata vizuală	 Elevi cu dominanata practică	
<u>Oferirea de informații</u> prin explicarea trăsăturilor contractului de vânzare/cumpărare enunțarea elementelor, condițiilor de validitate.	Video/multimedia prin suporturi de curs electronic in Power Point, fișe de lucru, suporturi de curs tiparite	15-20 min	Aceasta va fi o situație de învățare în care elevii se vor simți în largul lor, ascultă prezentarea animată de intervenția profesorului și urmăresc individual lecția prezentată pe videoproiector.	Aceasta va fi o situație de învățare în care elevii se vor simți în largul lor, descoperă trăsăturile și elementele contractului de vânzare/ cumpărare prin prezentarea în Power point și urmăresc explicațiile profesorului, observă conceptele teoretice din suportul de curs.	Aceasta va fi o situație de învățare în care elevii se vor simți în largul lor, se vor gândi practic la modalitatea de completare a unui contract de vânzare/cumpărare cunoscând condițiile de validitate, precum și elementele acestui act.	Video proiectorul Calculatorul Fișă de documentare CD



<p>Oferirea de informație De la teorie la practică: Explicarea conceptelor teoretice</p>	<p>FIȘE DE LUCRU</p>	<p>15-20 min</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aceasta va fi o situație de învățare în care elevii se vor simți în largul lor, vor avea încredere în această strategie. • Se oferă formulare tipizate cu spații goale, astfel încât elevii să trebuiască să asculte prezentarea / informațiile și să completeze elementele lipsă. • Se discută fișele de lucru / suportul de curs cu elevul pe sistemul întrebare și răspuns. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aceasta va fi o situație de învățare în care elevii se vor simți în largul lor, vor avea încredere în această strategie. • Se prezintă formularul tipizat. • Se vor utiliza culori, simboluri, imagini și ilustrații prin sublinieri sau căsuțe a informațiilor importante 	<ul style="list-style-type: none"> • Aceasta va fi o situație de învățare în care elevii se vor simți în largul lor, vor avea încredere în această strategie. • Formularul tipizat / este prezentat în cadrul unor sarcini fixate, ce trebuie duse la bun sfârșit de elev. • Se oferă suporturi de curs cu spații goale, astfel încât elevii să trebuiască să asculte prezentarea / informațiile și să completeze elementele lipsă. 	<p>Formular tipizat În limba română și în limba engleză</p>
<p>Analiza și evaluarea învățării</p>	<p>Întrebări și răspunsuri verbale (profesor și elev)</p>	<p>7-8 min</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aceasta va fi o situație de învățare în care elevii se vor simți în largul lor, vor avea încredere în această strategie. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se transformă întrebările în indicii vizuale. • Se face în așa fel încât răspunsurile să fie desenate, mai degrabă 	<ul style="list-style-type: none"> • Se pun întrebări folosind exemple practice legate de condițiile de validitate ale contractului de vânzare/cumpărare 	<p>Fișe de lucru Calculatorul</p>



			<ul style="list-style-type: none">• Se acordă timp elevilor să explice și să descrie verbal lucrurile cu propriile lor cuvinte.	<p>decât scrise sau vorbite,</p> <ul style="list-style-type: none">• Se va permite elevilor să răspundă folosindu-se de experiențele practice / descrieri ale sarcinilor prezente / trecute propunându-li-se un model de contract de vânzare/cumpărare .	<ul style="list-style-type: none">• Se utilizează mișcări ale mâinilor / gesturi pentru a ilustra întrebările. Se va permite folosirea mișcărilor mâinilor / gesturilor atunci când se răspunde la o întrebare.	
--	--	--	---	--	---	--

Se va anunța -Tema pentru acasă(2-3 minute): Profesorul solicită elevilor realizarea unui studiu comparativ între contractul de vânzare cumpărare civil și cel comercial.

FIȘĂ DE DOCUMENTARE

Contractul reprezintă un mijloc juridic de realizare a intereselor părților, un instrument eficient de promovare pe baze corecte a afacerilor.

Instituția contractului este de cea mai mare importanță prin frecvența, dar și prin complexitatea tehnicii juridice și a regulilor de drept proprii.

Realizarea contractului constituie exprimarea unei operațiuni economice, a unui interes patrimonial, conținut care reprezintă, totodată, fundamentul logic și cauza oricărui contract.

Baza oricărui contract comercial, rezultat al încheierii unei afaceri o constituie operațiunile și tehnicile economice utilizate în diferitele etape: oferta, acceptarea ofertei, elaborarea, semnarea și finalizarea contractelor, precum și derularea operațiunilor pe care acestea le implică.

Tema contractului de vânzare-cumpărare este în momentul de față mai actuală ca oricând. În întreaga lume, contractul este instrumentul cvasiexclusiv al circulației averilor, expresia libertății individului în dreptul privat.

Prin intermediul contractului de vânzare-cumpărare sunt reglementate aspecte referitoare la producția și circulația de mărfuri. Importanța contractului este recunoscută prin aceea că face obiectul unei reglementări speciale.

Completați contractul de vânzare-cumpărare comercială cu executare succesivă, încheiat între SC ALFA S.R.L. cu sediul în Suceava, str. Lalelor, nr. 12, reprezentată prin doamna Ionescu Dana, în calitate de vânzător și SC BETA S.R.L. cu sediul în Iași, str. Pantelimon, nr. 6, reprezentată prin domnul Popescu Ion, în calitate de cumpărător. Vânzătorul vinde cumpărătorului o cantitate de 8260 kg portocale la un preț unitar de 3 lei/kg.

CONTRACT DE VÂNZARE CUMPĂRARE COMERCIALĂ

încheiat și înregistrat sub nr./.....

A. Părțile contractului

Societatea comercială....., cu sediul/domiciliul în **STR.**, **NR. 1, BL.**, **SC.**, **ET.**, **AP.**, **LOC.**, **JUDETUL**, **COD POSTAL**-....., înregistrată la Registrul Comerțului, sub numărul **J.../.../.....**, cod fiscal, telefon, reprezentată legal prin, în calitate de **VÂNZĂTOR**

și

Societatea comercială....., având sediul social în, telefon fax.....

Înregistrată la Registrul Comerțului.....sub nr.....având contul curent nr.deschis la Banca.....și contul fiscal nr. prin reprezentant legalîn calitate de **CUMPĂRĂTOR**

au convenit încheierea prezentului *contract de vânzare/cumpărare* cu respectarea următoarelor clauze:

B. Obiectul contractului:.....

Art. 1. Vânzătorul se obligă să vândă și cumpărătorul se obligă să cumpere bunurile în sortimentele, cantitățile, prețurile și valorile de mai jos convenite:



Denumirea bunurilor	U.M.	Origine	Cantitate	Preț unitar	Valoare
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Valoare totală

C. EXPEDIERE, ÎNCĂRCARE-DESCĂRCARE, TRANSPORT, ACTE RECEPȚIE:

Art.2. Bunurile vor fi ridicate și transportate de la sediul
de către în termen de de la data încheierii contractului.

Transportul se va face cu

Cheltuielile de expediere, încărcare-descărcare, transport și alte cheltuieli ocazionate de livrarea bunurilor vor fi suportate de

Art. 3. Neridicarea bunurilor în termenul contractual stipulat la art. 2 de către se sancționează cu% pe zi întârziere din valoarea totală a bunurilor.

Art. 4. Bunurile vândute vor fi însoțite de aviz de expediție, factură, certificat de calitate și alte acte precum:

Art. 5. Recepția mărfurilor se va face de delegatul..... la sediul ocazie cu care se va încheia un proces-verbal de recepție semnat de către părți. În cazul bunurilor deteriorate, deficiențelor cantitative sau calitative, VÂNZĂTORUL va proceda la înlocuirea bunurilor necorespunzătoare și/sau completarea lipsurilor cantitative. CUMPĂRĂTORUL are la dispoziție 3 zile de la data livrării pentru a proceda la înștiințarea în scris a VÂNZĂTORULUI, socotit termen de decădere înăuntrul căruia poate solicita înlocuirea bunurilor necorespunzătoare și/sau completarea lipsurilor cantitative.

D. GARANȚII

Art. 6 Garanția mărfurilor va fi asigurată de conform..... pe o perioadă de calculată de la data de

Art.7 VÂNZĂTORUL garantează CUMPĂRĂTORUL contra evicțiunii și contra viciilor bunurilor vândute.

E. PREȚUL, VALOAREA CONTRACTULUI, MODALITĂȚI DE PLATĂ, SANȚIUNI

Art. 8 CUMPĂRĂTORUL se obligă să achite prețurile stipulate la art.. 1 din contract.

Art. 9 Valoarea totală a bunurilor vândute este de lei, iar CUMPĂRĂTORUL se obligă să o achite în tranșe, după cum urmează:

- la data de suma de lei care va fi achitată cu (document de plată)

- la data de suma de lei care va fi achitată cu (document de plată)

Art. 10. În cazul în care CUMPĂRĂTORUL nu efectuează plata în termenele contractuale, va plăti VÂNZĂTORULUI penalități de întârziere de% din suma datorată, pe zi întârziere, dar nu mai mult decât suma datorată.

Art.11. În prețurile bunurilor vândute a fost inclusă și TVA aferentă.

F. RĂSPUNDEREA CONTRACTUALĂ

Art. 12. Denunțarea unilaterală a contractului este interzisă sub sancțiunea de daune-interese.

Art. 13. Pentru nerespectarea totală sau parțială sau pentru executarea defectuoasă a vreuneia din clauzele contractuale, partea vinovată se obligă să plătească daune interese.

G.FORȚA MAJORĂ:

Art. 14. Forța majoră așa cum este definită de lege, exonerează de răspundere partea care o invocă în condițiile legii, cu cerința notificării scrise prealabile în termen de 3 zile de la apariția cazului de forță majoră și în baza certificatului eliberat de CCIR.

H. LITIGII:

Art. 15. Eventualele litigii care s-ar putea ivi în legătură cu prezentul contract vor fi soluționate pe cale amiabilă, iar dacă acest lucru este imposibil, litigiul va fi dedus spre soluționare instanței judecătorești competente.

I. ALTE CLAUZE:

Art.16

.....
.....
.....
.....

Drept pentru care s-a încheiat prezentul contract de vânzare-cumpărare de bunuri, în două exemplare din care un exemplar pentru VÂNZĂTOR și un exemplar pentru CUMPĂRĂTOR.

VÂNZĂTOR,
, Reprezentanți legali,

CUMPĂRĂTOR,
Reprezentanți legali,

.....
.....

Importance contract

The contract is a legal means of achieving their interests, an effective tool for business promotion fair basis.

The institution of the contract is the utmost importance by the frequency and complexity of legal and technical rules of their own law.

Making the expression of an economic transaction contract, a patrimonial interest, content also represents the logical foundation and cause of any contract.

Under any trade agreement, a result of closing a business is the economic operations and techniques used in the different stages: offer, acceptance of the offer, drafting, signing and completion of contracts and conducting operations that they imply.

The theme of the contract of sale is now more topical than ever. Worldwide, almost exclusively instrument contract is the movement of assets, the expression of individual freedom in private law.

Through the sale contract are covered issues relating to the production and circulation of goods. The importance of the contract is recognized like a subject of special regulations.



SALES CONTRACT

Concluded on. / /

A. CONTRACTING PARTIES

....., a trade company, whose registered office is located at(address), telephone no, fax no registered with the Trade Registerunder number having the current account noopened with the Bank..... and fiscal code no legally represented by..... hereinafter referred to as the

SELLER

and

-----a trade company, whose registered office is located at(address), telephone no, fax no registered with the Trade Registerunder number having the current account noopened with the Bank..... and fiscal code no legally represented by..... hereinafter referred to as the

BUYER have agreed to conclude the present sales contract, in accordance with the clauses set forth as follows:

B. OBJECT OF THE CONTRACT:

Art. 1. The Seller undertakes to sell and the Buyer undertakes to buy the goods in the assortments, quantities, prices and values stipulated hereunder:

Denomination of goods	Unit of measures	Origin	Quantity	Unitary price	Value
.....
.....
.....
.....
.....

Total value

C. FORWARDING, LOADING-UNLOADING, TRANSPORT, DOCUMENTS OF RECEIPT:

Art.2. The good shall be taken over from the headquartes of bywithindays since date of conclusion of the contract..

The transport shall be effected by

The cost of forwarding, loading-unloading, transport and other expenses incurring at the delivery of the goods shall be borne by

Art. 3. Failure to take goods over at the contract date stipulated under no art. 2 by.....it will have as result a% penalty per day of delay, calculated at the total value of the good.



Art. 4. The goods sold have to be accompanied by notice of dispatch, invoice, quality certificate and other documents, such as:

Art. 5. The goods shall be taken over by the delegate of.....at the headquarters ofwhereby a statement of reception shall be signed by the parties. In the event of damaged goods, shortages or goods of low quality, the SELLER shall replace the faulty goods and/or deliver subsequently the quantity found short. The Buyer has at his disposal 3 days since the date of delivery to advise the SELLER in writing about the deficiencies found. It is only within this period of 3 days considered as a decay term, that the Buyer may request the replacement of the faulty goods and / or the subsequent delivery of the shortages,

D. GUARANTEES

Art. 6 The goods shall be guaranteed byin accordance with..... for a period ofcalculated since the date of

Art.7 The SELLER guarantees the BUYER against eviction and against the faults of the sold goods.

E. PRICE, CONTRACT VALUE, METHODS OF PAYMENT, SANCTIONS

Art. 8 The BUYER undertakes to pay the price stipulated under Art 1 of the contract.

Art. 9 The total value of the goods sold under this contract amounts to lei, and the Buyer undertakes to pay it by instalments, as follows:

-on the date of.....the amount oflei to be paid by (payment document)

- -on the date of.....the amount oflei to be paid by (payment document)

Art. 10.Should the Buyer fail to settle the payment at the dates set forth in the contract, he shall pay to the Seller penalties of.....%, calculated on the due amount per day of delay, but not exceeding the due amount.

Art.11. In the prices of the sold goods has been also included the due T.V.A .

F. CONTRACT RESPONSABILITY

Art. 12. Unilateral termination of the contract is forbidden under sanction og damages.

Art. 13. For total or partial non-observance of the contract or for defective performance of some of the contract clauses, the party on default undertakes to pay damages.

G.FORCE MEJEUR:

Art. 14. Force majeure, as defineted by law, releases from liabilities the party invoking it under legal conditions, provided that a previous written notification is submitted within 3 days since the commencement of the force majeure, together with a certificate issued by the Camber of Commerce and Industry of Romania.

H.DISPUTES:

Art. 15. Any dispute which might arise in connection with this contract shall be settled amicably. Should this way not be possible, the dispute shall be referred for settlement to the competent Court.

I.MISCELLANEA:

Art.16

.....
.....
.....
.....

Wherefore, the present goods sales contract has been concluded in 2 copies, out of which one copy for SELLER and one copy for BUYER.

SELLER,
Legal representatives,

.....
.....

BUYER,
Legal representatives,

.....
.....

1.44. BUNE PRACTICI ÎN SALONUL DE HAIRSTYLING

Prof. Chiper Andreea Ramona
Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir”
Suceava, România

Abstract

Craft of make-up artist or hair stylist is not so simple as it seems at first glance because , besides skill requires artistic sense. Who practice must have a sense of aesthetics and be creative, to master knowledge into color, to know which shades matched to the color of eyes or physiognomy and know the techniques lawn being updated constantly with new trends in the fashion world.

Mack-up artists working in the world of film or television should work with various techniques, depending on the character that must shape the makeup.

A good make- up artist should be a keen observer, be attentive to detail, to communicate well with others , be patient and be passionate about the art of beauty .

The difference between a barber and hairstylist is that while the former deals only with shearing and shaving, the second improvise recommends, bring other perspectives and comes with haircuts new tailored customer needs . In short, professionals working in the beauty industry are kind of magicians: they can reveal the beautiful face of any person by technique and talent.

Hairstyling has become a fashionable profession, one way that you can express your creative skills and , in addition to the practical . Lately, I have noticed that many wish to make a career in the field.

Within the school, students learn practical things by firms exercise. Economic College Cantemir En Vogue Style SRL FE exists in which students simulate activities in a real salon.

Meseria de make-up artist sau hair-stylist nu este așa simplă precum pare la prima vedere pentru că, pe lângă îndemânare, presupune și simț artistic. Cine o practică, trebuie să aibă simțul esteticului și să fie creativ, să stăpânească bine cunoștințele în cromatică, pentru a ști care sunt nuanțele potrivite în funcție de culoarea ochilor sau a fizionomiei și să cunoască tehnici de tuns, fiind la curent permanent cu noile tendințe în lumea modei. Machiorii care lucrează în lumea filmului sau a televiziunii trebuie să lucreze cu diverse tehnici, în funcție de personajul pe care trebuie să îl contureze prin machiaj.

Un make-up artist bun ar trebui să fie și un fin observator, să fie atent la detalii, să comunice bine cu ceilalți, să aibă răbdare și să fie pasionat de arta frumosului.

Diferența între un frizer și un hair-stylist este că, în timp ce primul se ocupă doar cu tunsul și bărbieritul, cel de-al doilea improvizează, recomandă, aduce alte perspective și vine cu tunsori noi,

adaptate nevoile clienților. Pe scurt, profesioniștii care lucrează în industria frumuseții sunt un fel de magicieni: pot scoate la iveală frumosul pe fața oricărei persoane prin tehnică și talent.

Hairstylingul a devenit o meserie la modă, o modalitate prin care îți poți exprima și abilitățile creatoare, pe lângă cele practice. În ultimul timp, am observat ca foarte mulți doresc să își facă o cariera în domeniu.

În cadrul școlii, elevii învață lucruri practice prin firmele exercițiu. La Colegiul Economic Dimitrie Cantemir există FE En Vogue Style SRL în care elevii simulează activitățile desfășurate în cadrul unui salon adevărat.

PROIECT DE LECȚIE

COLEGIUL ECONOMIC „ DIMITRIE CANTEMIR ” SUCEAVA

DISCIPLINA : M7 RELAȚII CU CLIENȚII

CLASA : a IX-a C

LECTIA : MODALITĂȚI DE ADAPTARE A COAFURILOR LA CARACTERISTICILE CLIENȚILOR

TIPUL LECȚIEI: RECAPITULARE ȘI SISTEMATIZARE A CUNOȘTINȚELOR, PRICEPERILOR ȘI DEPRINDERILOR

UNITATEA DE COMPETENȚĂ : RELAȚII PROFESIONALE

COMPETENȚA SPECIFICĂ: C3: DOVEDEȘTE ADAPTABILITATE

OBIECTIVE OPERAȚIONALE :

La sfârșitul lecției elevii vor fi capabili :

- O1. Să identifice forma feței unui client
- O2. Să completeze fișa clientului
- O3. Să adapteze o coafură la caracteristicile clientului
- O4. Să formuleze concluzii și constatări
- O5. Să își formeze deprinderi de lucru în echipă

METODE DIDACTICE:

- conversația ;
- explicația;
- expunerea
- brainstorming
- munca în echipă
- simularea

MIJLOACE DE ÎNVĂȚĂMÂNT :

- flipchat , foi flipchat
- tablă, cretă
- markere
- manual
- portofoliul

MODALITĂȚI DE ORGANIZARE :

- frontal
- activitate pe grupe





Nr. Crt	Etapele lecției	Tim P	Conținut instructiv-educativ		Strategii didactice			Evaluare
			Activitatea profesorului	Activitatea elevului	Metode	Mijloace	Modalități De învățare	
1	Organizarea clasei	2'	<ul style="list-style-type: none"> ●salutul,conversație scurtă de acomodare ●notarea absențelor în catalog; ●se restabilește liniștea și atmos-fera necesară activității didactice ● se verifică materialul didactic. <p>Exercițiu de spargere a gheții:</p> <p>Se vor citi o serie de glume referitoare la meseria de hairstilist de către elevi din fiecare grupă</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●răspund la solicitările profesorului ●elevul de serviciu spune cine lipsește și motivul absenței dacă acesta este cunoscut ●se pregătesc pentru lecție 	<ul style="list-style-type: none"> ● conversație 		<ul style="list-style-type: none"> ●frontal 	
2	Captarea atenției elevilor	3'	<ul style="list-style-type: none"> ● prezentarea titlului “MODALITĂȚI DE ADAPTARE A COAFURILOR LA CARACTERISTICILE CLIEȚILOR” ● prezentarea obiectivelor 	<ul style="list-style-type: none"> ● își concentrează atenția asupra activității din clasă ● ascultă prezentarea profesorului ● se concentrează pentru a înțelege ce au de făcut 	<ul style="list-style-type: none"> ● conversație 	<ul style="list-style-type: none"> ●tabla ●creta ●caiete 	<ul style="list-style-type: none"> ●frontal 	



			urmărite					
3	Recapitulare a cunoștințelor	10'	<ul style="list-style-type: none"> ● se adresează întrebări despre : <ul style="list-style-type: none"> - forma feței - consilierea clientului - modalități de adresare 	<ul style="list-style-type: none"> ● se concentrează și răspund solicitărilor profesorului ● formulează răspunsuri la întrebări 	<ul style="list-style-type: none"> ●conversația ●explicația 	<ul style="list-style-type: none"> ●tabla ●creta ●caiete ●portofoliu 	<ul style="list-style-type: none"> ●frontal ● pe grupe 	<ul style="list-style-type: none"> ●feed-back
4	Dezvoltarea lucrului în echipă	25'	<ul style="list-style-type: none"> ● se prezintă pe scurt metoda “ Brainstorming” ● se precizează sarcina de lucru ● elevii sunt grupați în două echipe , una simulând clienții , a două simulând personalul din cadrul coaforului ● se propune elevilor să-și desemneze un reprezentant al grupei ● se precizează timpul de lucru ● cere reprezentanților să distribuie sarcini de lucru pentru membrii echipei, aceștia lucrând câte trei și expunându-și ideile pe foile de flipchart atunci când vine câte un client de la prima grupă 	<ul style="list-style-type: none"> ● sunt atenți ● își iau notițe ● răspund la solicitările profesorului ● își desemnează doi șefi de grupă ● reprezentanții distribuie sarcini de lucru pentru membrii echipei ● elevii se apucă de lucru ● la sfârșitul aplicației , elevii expun foile de lucru pe flipchat ● elevii vor lipi foile pe tablă pentru o viziune mai bună 	<ul style="list-style-type: none"> ●conversația ●explicația ● brainstorming ●metoda posterului 	<ul style="list-style-type: none"> ●tabla ●creta ●caiete ●flipchat ●foi ● markere ● manual ● portofoliu ● fișă de lucru ● fișă de documentare 	<ul style="list-style-type: none"> ●frontal ● pe grupe 	<ul style="list-style-type: none"> ●feed-back



			<ul style="list-style-type: none"> ● cere elevilor să se apuce de lucru, aceștia lucrând în echipă pentru a găsi o coafură potrivită pentru fiecare client în funcție de fizionomia acestuia ● la sfârșitul aplicației , elevii sunt solicitați să expună foile de lucru pe flipchat 					
5	Dezvoltarea abilităților de comunicare	5'	<ul style="list-style-type: none"> ● șefii de grupă vor fi invitați să prezinte coafurile propuse pentru fiecare client ● se cere elevilor să lipească foile pe tablă pentru o viziune mai bună ● se cere elevilor să evalueze munca echipelor adverse 	<ul style="list-style-type: none"> ● șefii de grupă vor prezenta posterele ● elevii vor lipi foile pe tablă pentru o viziune mai bună 	<ul style="list-style-type: none"> ●conversația ●explicația ●expunerea 	<ul style="list-style-type: none"> ●tabla ●foi de flipchart 	<ul style="list-style-type: none"> ●frontal ● pe grupe 	●feed-back
6	Încheierea activității și asigurarea feed-back-ului	5'	<ul style="list-style-type: none"> ● formulează aprecieri ● notează elevii care s-au evidențiat ● transmite sarcina de lucru pentru ora următoare : <p>Alegeți doi clienți cu fizionomii diferite și realizați coafurile propuse în orele de practică</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● sunt atenți ● notează observațiile ● își manifestă părerile ● notează tema 	●conversație	●caiete		●notarea elevilor

FIȘA DE LUCRU
FIȘA CLIENTULUI

Data:

Numele și prenumele coafor-stilistului:

Numele și prenumele clientului:

Nr. crt	Aspecte urmărite	Caracteristici generale	Caracteristicile clientului și recomandări
1.	Prezența anomaliilor	Boli, iritații, paraziți, zone alopecice, noduli	
2.	Forma feței	Ovală, rotundă, pătrată, forma de inimă, forma de pară, hexagonală, alungită și dreptunghiulară.	
3.	Imperfecțiuni	Nas lung sau mic; Urechi mari sau mici, deformate, depărtate de cap; Frunte înaltă sau îngustă; Cap mic; Gât lung și gros, gât lung și subțire; Zone teșite sau proeminente	
4.	Lungimea părului	Scurt, mediu, lung	
5.	Desimea firelor de păr	Păr des, normal, rar, foarte rar	
6.	Tipuri de păr	Normal, gras, uscat, aspru, moale.	
7.	Grosimea firelor de par	Fir gros, normal, subțire	
8.	Aspectul firelor de păr	Sănătos, vârfuri despicate, fire deteriorate	
9.	Aspectul pielii capului	Normal, cu sau fără mătreață, iritată, etc.	
10.	Cantitatea și tipul secrețiilor	Secreție normală, piele uscată, piele grasă, etc.	
11.	Culoarea părului	Naturală: blond, brunet, etc. Păr vopsit și ce culoare	
12.	Gradul de ondulare	Drept, ondulat, creț	
13.	Strălucire	Păr strălucitor, tern, mat	
14.	Vârsta clientului	Adolescent, adult, bătrân	
15.	Ocupația clientului	Loc de muncă cu predispoziție la stress: da/nu	
16.	<p>Întrebări adresate clientului despre:</p> <p>1. Tratamentele chimice aplicate părului</p>		

2. Produse de îngrijire folosite
3. produse de styling utilizate

Bibliografie

- 1.*** <http://www.didactic.ro/materiale-didactice/fisa-clientului>
- 2.*** <http://fabricadecariere.ro/make-up-si-hair-styling-ocupatie-sau-cariera/>
3. *** http://romania.haironline.eu/Analiza_clientului_si_a_parului.html

1.45. PUBLICITATE ȘI RECLAMĂ COMERCIALĂ

prof. Manolache Anișoara
prof. Lăcătușu Carmen
Colegiul "Vasile Lovinescu"
Fălticeni, jud. Suceava, România

Abstract

*The unfolding syllabus for the module „**Advertisement and commercial advertising**” has been taken into account the need for students to acquire skills related to team work by giving them the opportunity to apply them in the economic practice at the completion of internship training.*

The local development curriculum is developed in a partnership framework between school and community and the following aspects are considered :

- *local resources for training;*
- *local requirements for preparing the various qualifications, to serve to the economic activities carried out in the area.*

*The thematic content has a structure based on the applied, practical, informative character. The purpose of the contents is to intensify and to enrich the theoretical basic concepts learnt from the other modules through the new topics and skills in S.P.P - units of competency **”The Team Work and The Transition from school to work place”**.*

The motivation for the introduction of such discipline as optional is the formation and development of the human being with economic personality, the exploitation of adolescent creativity, the growth of the artistic sense and the taste for aesthetics that will enable the future graduate to a broader orientation on the domain in which he will wish to work for.

The curriculum proposes the formation of a training focused not on limited values of a profession, but also on the preparation of the individual in the relation to the requirements of modern society, to provide it with all those skills, knowledge and components necessary to the increasing capacity of the analytical thinking and to make decisions in the future occupation , in the family and society.

In the conditions of a competition which increasingly gets aggressive accents is difficult to conceive a firm’s success on the market and to develop an unitary, coherent advertising plan, that

places in the consumer's attention, more and more eminent the product's image, brand or company producing. The colors, shapes, brand's graphics, packaging presentation, exhibit shops and outlets, firm's vehicles, warehouses, buildings, correspondence paper, publications, products' labels, the initials of the company, must submit a well-defined style in the external manifestations of the firm. A complete set of visual identity materials begins with creating a logo, a distinctive symbol, a slogan, the establishments of colors and signs, distinguishing, original shapes, that will bring out the company towards the competition and business partners.

The curriculum offers to the teacher a precise tool, due to the correlation of competences specific to content units, as well as due to the inclusion of some methodological suggestions to steer the didactic approach towards the actualization of curriculum in the educational practice.

The elaboration of Curriculum starts with the Standard of professional training, for the qualification **TRADE WORKER**. For the Services - field the basic training is accomplished through the development of key, technical skills specific from S.P.P. Items pertaining to the key skills and the inclusion of experience in work at each level will provide occupational flexibility and transferability in the system and labour market. The general technical proficiency units provide students the opportunity to acquire a wide range of knowledge and abilities identified in the trade

Specialised technical proficiency units supplement and support units of general competence, providing a continuation of activities and also, skills for the third level of qualification or labour market integration.

The module, „**Advertisement and commercial advertising**” is studied in Xth grade, attending 90 classes of practical training, which takes place at the economic agent of profile or in school.

On the basis of Curriculum stand the key competencies stated which can be found in the Standard of Professional Training: **The team work and the Transition from school to work place**, skills that will be assessed only within this module by the teacher in collaboration with the economic agent where the practice takes place.

In order to achieve the desired competencies, the learning –training activities used by teachers will have an active, interactive and student-centered, with increased weight on learning activities and not on the teaching, practical activities rather than theoretical ones.

În realizarea programei pentru modulul „**Publicitate și reclamă comercială**” s-a avut în vedere necesitatea ca elevii să dobândească competențe legate de lucrul în echipă oferindu-le astfel posibilitatea de a le aplica în practica economică la finalizarea stagiului de pregătire.

Curriculumul de dezvoltare locală este elaborat într-un cadru de parteneriat între școală și comunitate și are în vedere:

- resursele locale pentru instruire;
- cerințele locale pentru pregătirea în diverse calificări, care să servească activităților economice desfășurate în zonă.

Conținutul tematic are o structură bazată pe caracterul aplicativ, practic, informativ. Conținutul dorește aprofundarea și îmbogățirea noțiunilor teoretice învățate la celelalte module prin teme și competențe noi din S.P.P - unitățile de competență «**Lucrul în echipă și Tranziția de la școală la locul de muncă**».

Motivația introducerii acestei discipline ca opțional este formarea și dezvoltarea omului cu personalitate economică, exploatarea creativității adolescentului, dezvoltarea simțului artistic și a gustului pentru frumos care să-i permită viitorului absolvent o orientare mai largă asupra domeniului în care va dori să lucreze.

Programa își propune formarea unei pregătiri axate nu pe valorile limitate ale unei profesii, ci pe pregătirea individului în raport cu exigențele societății moderne, care să-i asigure acestuia toate acele deprinderi, cunoștințe și componente necesare sporirii capacității de a gândi analitic și de a lua decizii în viitoarea ocupație, în familie și în societate.

În condițiile unei concurențe care capătă accente tot mai agresive este greu de conceput succesul unei firme pe piață fără a concepe și dezvolta un plan de publicitate coerent, unitar, care să plaseze în atenția consumatorului, tot mai pregnant imaginea produsului, a mărcii ori a firmei producătoare. Culoarele, formele, grafica mărcii, prezentarea ambalajelor, a magazinelor de prezentare și desfacere, a vehiculelor firmei, depozite, imobile, hârtia de corespondență, publicații, denumirea produselor, inițialele întreprinderii, trebuie să prezinte un stil bine definit în ansamblul manifestărilor exterioare ale firmei. Un set complet de materiale de identitate vizuală începe cu realizarea unei sigle, simbol distinctiv, crearea unui slogan, stabilirea unor culori și semne, forme originale, distinctive, care vor scoate firma în evidență față de concurență și față de partenerii de afaceri.

Programa oferă profesorului un instrument de lucru precis, datorită corelării competențelor specifice cu unitățile de conținut, ca și datorită includerii unor sugestii metodologice care să-i orienteze demersul didactic spre transpunerea curriculum-ului în practica școlară.

Întocmirea Curriculumului pornește de la Standardul de pregătire profesională, pentru calificarea LUCRĂTOR ÎN COMERȚ. Pentru domeniul Servicii pregătirea de bază se realizează prin dezvoltarea de competențe: cheie, tehnice specifice din S.P.P.

Elementele ce țin de competențele cheie și includerea experienței în muncă la fiecare nivel îi vor furniza flexibilitate ocupațională și transferabilitate în sistem și pe piața muncii.

Unitățile de competență tehnice generale oferă elevilor posibilitatea să acumuleze o gamă largă de abilități și cunoștințe identificate în comerț.

Unitățile de competență tehnice specializate suplimentează și sprijină unitățile de competență generale, oferind o continuare a activităților și de asemenea, abilități pentru nivelul trei de calificare sau integrare pe piața muncii.

Modulul „**Publicitate și reclamă comercială**” se studiază în clasa a X-a, având 90 ore de instruire practică, ce se desfășoară la agentul economic de profil sau în școală.

La baza elaborării Curriculumului stau competențele cheie care se regăsesc în Standardul de Pregătire Profesională: **Lucrul în echipă și Tranziția de la școală la locul de muncă**, competențe ce vor fi evaluate numai în cadrul acestui modul de către profesor în colaborare cu agentul economic unde se desfășoară practica.

Pentru atingerea competențelor dorite, activitățile de învățare – instruire utilizate de cadrele didactice vor avea un caracter activ, interactiv și centrat pe elev, cu pondere sporită pe activitățile de învățare și nu pe cele de predare, pe activitățile practice și mai puțin pe cele teoretice.

MODALITĂȚI DE EVALUARE

Evaluarea formativă și continuă este implicită demersului pedagogic curent în orele de instruire practică, permițând, atât profesorului cât și elevului, să cunoască nivelul de achiziționare a competențelor și a cunoștințelor, să identifice lacunele și cauzele lor, să facă remediile care se impun în vederea reglării (ajustării) procesului de predare / învățare.

Pentru a se realiza o evaluare cât mai completă a învățării, este necesar să se aibă în vedere, mai ales în evaluarea formativă continuă, evaluarea nu numai a produselor activității și învățării elevilor, ci și a proceselor de învățare, și a competențelor achiziționate, a atitudinilor dezvoltate, precum și a progresului elevilor. Pentru a putea obține cât mai multe date relevante privind învățarea, este necesar ca pentru evaluare profesorii să utilizeze pe lângă metodele tradiționale și metode și instrumente complementare de evaluare.

Pentru evaluarea achizițiilor (în termeni cognitivi, afectivi și performativi) elevilor, a competențelor prevăzute de programele școlare, la orele de tehnologii se recomandă utilizarea următoarelor metode și instrumente:

- observarea sistematică (pe baza unei fișe de observare)
- tema de lucru (în clasă, acasă) concepută în vederea evaluării
- proba practică
- investigația
- studiul de caz
- proiectul
- portofoliul
- autoevaluarea

MIJLOACE/DOTĂRI NECESARE

- Cărți de specialitate-de legislație financiar contabilă
- Fișe de documentare
- Fișe de lucru
- Fișe de evaluare
- Fisa cu întrebări/răspunsuri
- Documente sau copii după documente contabile
- Efectuarea practicii în cadrul Firmei de exercițiu
- Mijloace audio vizuale

UNITATEA DE COMPETENȚĂ

1. Lucrul în echipă

Corelarea rezultatelor învățării și criteriilor de evaluare

DENUMIREA MODULULUI : Publicitate și reclamă comercială				
Cunoștințe	Deprinderi	Criterii de evaluare	Conținuturi	Nr. ore
Rezultatul învățării 1: Rezultatul învățării 1: Identifică sarcinile și resursele necesare pentru atingerea obiectivelor.				
<p>Obiectivele lucrului în echipă:</p> <ul style="list-style-type: none"> - informaționale; - organizatorice; - acționale. <p>Sarcinile de lucru în echipă.</p> <ul style="list-style-type: none"> - profesionale ; - sociale. <p>Resursele necesare atingerii obiectivelor.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fise de documentare, flipchart, fise de lucru - Prezentări PPT. - umane. 	<p>Identificarea sarcinilor și resurselor necesare lucrului în echipă.</p>	<p>1. Identificarea obiectivelor lucrului în echipă.</p> <p>2. Descrierea sarcinilor de lucru în echipă.</p> <p>3. Selectarea resurselor necesare atingerii obiectivelor.</p>	<p>Conceptele de publicitate și reclamă comercială</p> <p>Rolul publicității în economia de piață</p> <p>Evoluția publicității</p> <p>Valoarea economică și socială a publicității</p>	10
Rezultatul învățării 2: Își asumă rolurile care îi revin în echipă.				



<p>Poziția individuală în cadrul grupului: inclus; exclus; subordonat; coordonator; inițiator; raportor</p> <p>Atitudinea în cadrul grupului: sprijin, implicare, interes, încurajare, motivare, solidarizare</p> <p>Acțiuni în cadrul echipei:</p> <ul style="list-style-type: none"> - finalizare de sarcini proprii, - distribuire de sarcini în echipă, - supravegherea finalizării unor operațiuni, raportarea rezultatelor. 	<p>Asumarea rolurilor care îi revin în echipă.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Raportarea poziției individuale la ceilalți. 2. Asumarea și promovarea atitudinilor constructive în grup. 3. Inițierea acțiunilor în grup. 	<p>Formele publicității</p> <p>Stabilirea bugetului de publicitate</p> <p>Elaborarea mesajului publicitar</p>	<p>10</p>
<p>Rezultatul învățării 3: Colaborează cu membrii echipei pentru îndeplinirea sarcinilor</p>				
<p>Competența:</p> <ul style="list-style-type: none"> - pregătire profesională; - poziția față de grup; - atitudini; - grad de motivare; - interese. <p>Corelare de sarcini:</p> <ul style="list-style-type: none"> - explicații de sarcini, - încadrare în timp, - respectarea unui plan comun, 	<p>Cunoașterea competențelor membrilor echipei;</p> <p>Integrarea activităților proprii în cele ale echipei.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recunoașterea competenței membrilor echipei. 2. Corelarea propriilor sarcini cu ale echipei 3. Adoptarea unor măsuri de eficientizare a lucrului în echipă. 	<p>Alegerea mediilor și a suporturilor</p> <p>Alegerea instrumentelor de publicitate și a suporturilor</p> <p>Promovarea afacerii prin reclama, publicitate și alte mijloace specifice.</p>	<p>10</p>



<ul style="list-style-type: none"> - asigurarea echilibrului de sarcini în echipă, - negocierea sarcinilor. <p>Măsuri:</p> <ul style="list-style-type: none"> - verificări ale calității sarcinilor, - corecții și adaptări ale planului comun, - recunoașterea meritelor. 				
--	--	--	--	--

2. Tranziția de la școală la locul de muncă

Corelarea rezultatelor învățării și criteriilor de evaluare

DENUMIREA MODULULUI : Publicitate și reclamă comercială				
Cunoștințe	Deprinderi	Criterii de evaluare	Conținuturi	Nr. ore
Rezultatul învățării 1: Își evaluează nivelul de pregătire în raport cu cerințele unui loc de muncă			15	
<p>Cerințele locului de muncă:</p> <ul style="list-style-type: none"> - organizarea sarcinilor; - distribuirea sarcinilor; - igienă și securitatea muncii; <p>Abilitățile specifice locului de muncă: sociale, tehnice;</p> <p>Instruiri suplimentare la locul de muncă: la adăugarea sau modificarea anumitor sarcini la locul de muncă; la utilizarea utilajelor și echipamentelor noi;</p>	<p>Evaluarea nivelului de pregătire față de cerințele locului de muncă</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificarea cerințelor locului de muncă 2. Compararea abilităților dobândite cu cerințele locului de muncă 3. Solicitarea instruirii suplimentare în anumite situații 	<p>Întocmirea Fișei postului pentru diferitele categorii de personal;</p> <p>Redactarea Contractelor de muncă;</p>	

Rezultatul învățării 2: Își asumă responsabilitatea față de sarcina primită		15	
<p>Cerințele sarcinilor primite: fișa postului; instrucțiuni de exploatare a utilajelor pentru operații simple; dispozițiile organizatorului de proces (superiorul ierarhic).</p> <p>Responsabilitățile asumate în cadrul echipei: responsabilități de îndeplinit; relatii de colaborare.</p> <p>Cerințe de timp și calitate: norme interne de îndeplinire a sarcinilor; sisteme de asigurare a calității.</p>	<p>Asumarea responsabilităților față de cerințele locului de muncă</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Respectarea cerințelor din sarcina primită 2. Acceptarea responsabilităților în cadrul echipei 3. Încadrarea în cerințe de timp și calitate 	<p>Reclama tipărită</p> <p>Reclama video</p> <p>Outdoor media – afișajul exterior</p> <p>Principii pentru a crea o reclamă de succes</p>
Rezultatul învățării 3: Se instruiște continuu în vederea îmbunătățirii propriei performanțe		15	
<p>Surse de informare pentru îmbunătățirea propriei performanțe:aviziere; mentori;</p> <p>Informații necesare autoinstruirii: din observații și recomandări ale grupului de lucru; din dispozițiile organizatorului de proces;</p> <p>Decizii pentru îmbunătățirea propriei performanțe: studiul individual; participarea la programe de formare continuă; învățare informală.</p>	<p>Instruirea continuă pentru îmbunătățirea propriei performanțe</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Obținerea de informații despre noutățile de la locul de muncă 2. Selectarea informațiilor privind necesitatea auto-instruirii 3. Luarea unor decizii pentru îmbunătățirea propriei performanțe 	<p>Procesoare de texte</p> <p>Formatări și reguli de tehnoredactare</p> <p>Modele de culoare</p> <p>Reprezentarea imaginilor digitale</p> <p>Procesarea imaginilor</p>



			Prelucrare imagini multimedia	
Rezultatul învățării 4: Manifestă mobilitate ocupațională față de schimbările de pe piața muncii			15	
<p>Surse de informare privind ocupațiile din domeniul de pregătire: COR, Profile ocupaționale; Cerințe de formare; Agenții specializate;</p> <p>Ofertele de muncă conform pregătirii dobândite: din oferta agenților economici; din aviziere; agenții specializate; prin relații inter persoanele.</p>	<p>Adaptarea profesională la cerșele pieții muncii.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Obținerea informațiilor despre ocupațiile posibile in domeniul de pregătire 2. Selectarea ofertelor de locuri de muncă conform pregătirii dobândite 3. Formularea unor opțiuni profesionale cu asistență de specialitate 	<p>Parteneriate cu AJOFM. Cursuri de consiliere în vederea găsirii unui nou job.</p>	

1.46. STRATEGII BAZATE PE METODE INTERACTIVE ÎN SCOPUL OBȚINERII SUCCESULUI ȘCOLAR

Profesor Balan Mona-Lisa
Colegiul Național “Cuza Vodă”
Huși, jud. Vaslui, România

Abstract

Age, gender, personality, motivation, self-concept, life experience and the cultural background of the students all influence the way in which they go about learning. To help students to learn effectively, schools and teachers should adopt a variety of approaches as well as learning and teaching strategies for achieving different learning targets or objectives.

Teachers should set clear learning targets and objectives and share learning intentions of their lessons with students. By allowing students to know the purpose of a lesson or a task, they will be able to make better decisions about the ways and means to achieve what they are expected to learn.

Schools should provide students with an appropriate level of curriculum and reasonable expectations to suit the capabilities of the students, so as to motivate them to engage in the process of learning. While attending to the common needs and individual differences of their students, teachers should also beware of adjusting their expectations of students.

Schools should encourage students to enquire beyond the confines of 'curriculum prescriptions' and textbooks, and to process information and make their own judgements in order to enhance their knowledge-building capacity.

We should not view mixed ability groups as problematic, though sometimes groups that are homogeneous in ability work better. Students of different abilities can learn well together (e.g. through co-operative learning), if the learning processes allow them to contribute different ideas at different levels. Learning from peers and collaboration help to remove the feeling of failure and provide the emotional basis to boost motivation and learning. An exemplar is available in the CDI website on how students of different abilities, through co-operative learning and interaction in groups, have enhanced both their Chinese Language skills and their confidence in learning.

Teachers can use different learning and teaching strategies to achieve the different purposes of learning and to suit the learning styles, abilities, interests and needs of students. There is no fixed rule regarding which strategy is the best. Teachers master learning and teaching strategies differently. They can develop the repertoire which is the most effective for them to enhance the independent learning capabilities of students for whole-person development.

Different forms of classroom organisation (e.g. variations in grouping, whole-class setting and seating arrangements) facilitate the delivery of diverse learning and teaching strategies such as group learning, whole-class teaching and individual works. However teachers should understand that the above arrangements do not automatically result in the desired effect without suitable lesson / activity planning, teacher-student interaction, learning and teaching resources and other factors affecting effective learning and teaching.

To address the needs of students with different learning styles, teachers are encouraged to make diversified use of learning materials, such as audio, visual, pictorial, graphic representations, and texts, etc.

În sens general, strategia poate fi definită ca “știința sau arta de a combina și coordona acțiunile în vederea atingerii unui scop. Ea corespunde unei planificări pentru a ajunge la un rezultat, propunând obiective de atins și mijloace vizate pentru a le atinge” (Gaston Mialaret, 1979, p. 414)

Strategiile didactice interactive au în vedere provocarea și susținerea învățării active în cadrul căreia, cel ce învață acționează asupra informației pentru a o transforma într-una nouă, personală, proprie. În sens constructivist, folosind aceste strategii, profesorul îl determină pe elev să devină răspunzător și participant în procesul construirii sensurilor informaționale, prin rezolvări de probleme, prin explorări și cercetări sau aplicând ceea ce a dobândit în contexte noi, diferite.

Strategiile didactice interactive ca strategii de grup, presupun munca în colaborare a elevilor organizați pe microgrupuri sau echipe de lucru în vederea atingerii unor obiective preconizate (soluții la o problemă, crearea de alternative). Se bazează pe sprijinul reciproc în căutare-cercetare și învățare, stimulează participările individuale, antrenând subiecții cu toată personalitatea lor (abilități cognitive, afective, volitive, sociale). Solicită efort de adaptare la normele de grup, toleranță față de opiniile, părerile colegilor, dezvoltând capacitățile autoevaluative. Sunt strategii de interacțiune activă între participanții la activitate (elev-elev, elev-profesor, student).

Factorii/variabilele de care depinde organizarea strategiilor didactice, în general și a strategiilor didactice interactive, în special

Există numeroși factorii sau variabilele de care depinde organizarea acestui dispozitiv didactic adaptat situațiilor de instruire, variabile dependente sau independente de profesor, de elev, de organizarea școlară, de curriculum:

a) Variabile care țin de *profesor*:

- *stilul didactic* care este o rezultată a împletirii *concepției pedagogice personale* cu cea a *culturii și societății* contemporane și cu factorii de *personalitate* ai profesorului;

b) Variabile care țin de *colectivul de elevi*:

- *particularitățile clasei*, sintalitatea grupului, nevoile, cerințele, dorințele și posibilitățile și experiențele cognitive, sociale și afectiv-emoționale ale elevilor;

- *mărimea* colectivului, gradul de omogenitate, posibilitățile de grupare ori de lucru frontal sau individual;

- gradul de *motivare* al elevilor și pregătirea pentru a lucra în grup, în perechi, colectiv sau individual;

- *aptitudinile și nivelul de pregătire* pentru un anumit domeniu;

c) Variabile care țin de *curriculum*:

- *finalitățile* macrostructurale și microstructurale urmărite, gradul de accesibilitate și modalitățile de verificare a îndeplinirii acestora;

- natura *obiectivelor și conținutului* pe care trebuie să-l învețe elevii, relația cu achizițiile curente ale acestora, gradul de adaptabilitate, utilitatea și importanța acestuia pentru activitatea și viața elevilor;

- *experiențele de învățare* propuse elevilor, gradul de problematizare și nivelul de interactivitate solicitat;

d) Variabile care țin de *organizarea școlară*:

- *timpul școlar* avut la dispoziție în raport cu timpul solicitat de o anumită strategie didactică;

- *spațiul școlar* avut la dispoziție în raport cu timpul solicitat de o anumită strategie didactică;

- *resurse materiale* (dotări, aparatură, echipamente disponibile etc) folosite în spațiul și timpul disponibil;

Clasificarea strategiilor de predare – învățare – evaluare

Strategiile în sens larg, numite și *strategii de activitate pedagogică*, se referă la felul în care decide profesorul să conducă activitățile instructiv-educative în situațiile formale. Ele au o plajă mai largă de acțiune, ajungând chiar la a caracteriza un profesor prin felului său de a fi.

Strategiile în sens restrâns, sunt *strategiile didactice* care își restrâng aria până la nivelul lecției, reprezentând modul cum decide profesorul să organizeze activitățile de predare–învățare– evaluare la un moment dat, în funcție de circumstanțele date: particularitățile de vârstă și individuale ale elevilor cu care lucrează (nivel de cunoștințe, nivel de dezvoltare cognitivă, socială, și afectivă), finalitățile și experiențele de învățare propuse, resursele disponibile (de conținut, materiale, de timp, echipamente etc.), contextul în care are loc activitatea etc.

I. După *tipul de achiziții și rezultatele dorite a fi obținute*, putem face următoarea clasificare:

I.1. Strategii de dobândire de noi informații/cunoștințe (predominant informative);

I.2. Strategii de exersare/aplicare a noilor informații și de dezvoltare a abilităților practice (predominant aplicative);

I.3. Strategii de evaluare a noilor achiziții informaționale și practice (priceperi și deprinderi, abilități) și de dezvoltare a capacităților autoevaluative (predominant evaluative).

Toate aceste strategii didactice pot să îmbrace haina interactivității în măsura în care au la bază interrelaționarea reciprocă, astfel:

I.1. Strategiile interactive de dobândire de noi cunoștințe presupun metode de predare/învățare reciprocă, implicarea elevului în activități de grup, participarea cadrului didactic la activitate ca mediator al eventualelor conflicte socio-cognitive constructive sau *co-participant alături de elevi la construirea cunoașterii*.

I.2. Strategiile interactive de exersare și aplicare a noilor informații se referă la organizarea unor activități practice care să se bazeze pe conlucrarea elevilor în cooperare sau în competiție în vederea formării și dezvoltării priceperilor, deprinderilor și abilităților de a aplica în practică a ceea ce s-a învățat. Metodele sunt cele de exersare și de acțiune practică interactivă (proiectele de cercetare-acțiune, investigațiile, exercițiul, studiul de caz, hărțile conceptuale etc.)

I.3. Strategiile interactive de evaluare constau în implicarea elevului în procesul propriei evaluări, stimulând reflecția personală asupra propriei activități de învățare, conștientizând erorile și modalitățile de acoperire a lacunelor. Acestea au la bază dezvoltarea capacităților autoevaluative și stimularea încrederii în sine și în propriile puteri.

II. Strategiile didactice informative pot fi clasificate și ele după *relația și tipul de interacțiune a subiectului cu materialul informațional nou* în:

II.1. Strategii de transmitere și receptare a noului material informațional;

II.2. Strategii de căutare și confruntare cu noul material informațional;

II.3. Strategii de acțiune și restructurare a noului material informațional;

II.4. Strategii de inovare și creare de noi materiale informaționale;

Toate cele patru tipuri de strategii implică în ordine crescătoare stimularea potențialului creativ și participarea activă a elevului în construirea propriei cunoașteri.

În primul caz, al *strategiilor de transmitere și receptare a noului material*, rolul central în favorizarea învățării prin transmiterea informațiilor îl deține *cadrul didactic*.

Metodele folosite cu predilecție sunt cele de comunicare, iar formele de organizare a activității pot fi grupale, individuale sau frontale:

- *frontal*, atunci când profesorul prezintă tuturor elevilor noul material, folosind în special, metode expositive;

- *grupala și microgrupala*, atunci când se realizează învățarea în colectiv și în cadrul grupurilor mici, folosindu-se de exemplu, metoda interactivă a predării/învățării reciproce. În cazul acestei forme de organizare, rolurile didactice suferă transmutări: un elev poate fi profesor în cadrul grupului său;

- *individual*, atunci când transmiterea se realizează pentru un singur individ.

II.2. Strategiile de căutare și confruntare cu noul material, presupun stimularea inițiativei educatului de a merge către sursele de informare, responsabilitatea învățării revenindu-i în mare

măsură. Rolul profesorului este de a favoriza aceste ocazii/experiențe de învățare prin căutare, tatonare, descoperire și a-i oferi sprijinul

Metodele principale sunt cele bazate pe explorare directă și/sau indirectă, în strânsă legătură cu cele dialogate.

II.3. Strategiile de acțiune și restructurare a noilor conținuturi au la origine dorința *individului* de a adapta și a face accesibil materialul informațional, de a opera restructurări și modificări în acord cu propriile opinii.

Metodele folosite sunt cu precădere de acțiune, dar împletite cu cele de explorare și de comunicare orală sau scrisă. Activitățile pot îmbrăca forme individuale, frontale, grupale, microgrupale, duale și mixte.

II.4. Strategiile de inovare și de creare de noi materiale (conținuturi informaționale și factuale) au la bază cunoașterea și folosirea metodelor și tehnicilor de muncă intelectuală. Rolul dirigitor al profesorului este redus la minimum, el devenind un alt membru al echipei creative.

Metodele și tehnicile sunt libere de orice constrângeri și sunt în special cele de stimulare a potențialului creativ individual și/sau colectiv: brainstormingul, strarbursting, tehnica lotus, pălăriile gânditoare, sinectica, Philips 6/6, metoda FRISCO etc.

O altă clasificare a strategiilor procesului de învățământ se poate realiza în funcție de *procesul pe care-l vizează și de cel care le inițiază*.

III: Astfel, din punct de vedere al *celui care le inițiază* putem distinge între:

III.1. Strategii ale profesorului:

III.1.1. Strategii de conducere a activității, exprimate prin *stilul pedagogic personal*, cu *arie largă de acoperire*;

III.1.2. Strategii didactice, cu arie restrânsă de acoperire, aplicându-se în *cadrul unei activități*, a unei *lecții* sau unui ansamblu de lecții;

Aceste strategii didactice pot fi:

III.1.2.a. Strategii de predare și de stimulare a învățării (modalități de transmitere/receptare a cunoștințelor);

III.1.2.b. Strategii de evaluare și de impulsioneare a învățării viitoare a elevilor.

III.2. Strategii ale elevilor:

III.2.1. Strategii de învățare care se referă la modul concret în care elevul reușește să învețe (metode și tehnici de muncă intelectuală) și să aplice ceea ce învață (abilități practice) – *stilul personal de învățare* (despre care vom vorbi în subcapitolele următoare);

III.2.2. Strategii de (auto)evaluare, care se referă la capacitățile de a-și (auto)evalua munca, efortul și rezultatele obținute în mod individual și/sau colectiv.

Elementele componente ale unei strategii didactice

Operaționalizarea unei strategii didactice se constituie ca un exercițiu de rezolvare creativă a unei situații-problemă ce implică abordări și soluții metodologice complexe din partea profesorului.

Cadrul de organizare a strategiilor instruirii propus de Dan Potolea (1998, p. 143) cuprinde următoarele componente:

- modul de organizare a elevilor (frontal, individual, grupal);
- tipul de învățare;
- sarcina de învățare comună/diferențiată;
- dirijarea învățării (controlată, semi-independentă, independentă);
- metode și mijloace;

Raportul dintre *strategia didactică și metoda didactică* evidențiază diferențele existente la nivelul *timpului pedagogic angajat în proiectarea și realizarea activităților de instruire/educație*.

Tipologii extrase din lucrarea prof. Ioan Cerghit, “*Sisteme de instruire alternative și complementare. Structuri, stiluri și strategii*” (2002, pp. 280-283)

După natura activității, se pot distinge:

- o strategii *cognitive* (de prelucrare a informațiilor);
- o strategii *acționale* sau *psihomotorii*;

- o strategii *afectiv-emoționale* (de învățare prin trăire afectivă);
- După implicarea creatoare/noncreatoare a profesorului în activitatea didactică:**
- o strategii bazate pe *obișnuință*, pe *automatism*;
- o strategii bazate pe *complexe de deprinderi*;
- o strategii *novatoare*, ce dau frâu imaginației și inteligenței profesorului, acesta putând combina în mod creator noi tipuri de practici, pentru a asigura eficiența acțiunii;
- o strategii *imitative*;
- După logica gândirii propusă elevilor:**
- o strategii *inductive*;
- o strategii *deductive (axiomatice)* în variantele: strategia academică, strategia explicativă, strategia explicativ-intuitivă (demonstrativă), strategia conversativ-euristică, strategia problematizantă, strategia explicativ-reproductivă (expozitivă) ;
- o strategii *transductive, divergente*, care conduc la elaborarea de soluții/alternative noi/original, stimulând gândirea laterală;
- o strategii *dialectice*, cu accent pe interacțiunile/conexiunile problematizante dintre idei;
- o strategii *ipotetice (rezolutive)*, care stimulează gândirea divergentă/ gândirea convergentă;
- o strategii *analogice* – “de învățare prin construire și prin utilizare de modele”;
- o strategii *analitice* – de analiză până la detalii;
- o strategii *integrative* sau *de sinteză* - bazate pe îmbinarea gândirii cu acțiunea, a teoriei cu practica;
- o strategii *descriptive*;
- o strategii *interpretative*;
- o strategii *ludice*;
- o strategii *mixte* (combinatorii), de tip inductiv-deductiv, deductiv-inductiv;
- După gradul de dirijare al învățării elevului, avem:**
- o strategii *algoritmice*;
- o strategii *euristice*;
- o strategii *mixte*;
- o strategii *creative*;
- După originea motivației învățării:**
- o strategii *externe*, activitățile sunt susținute motivațional din exterior, de către profesor;
- o strategii *interne*, de auto-construire a propriei cunoașteri, motivate din interior;
- După modul de grupare al elevilor, avem:**
- o strategii *frontale*;
- o strategii *de grup* (colective);
- o strategii *de microgrup* (echipă);
- o strategii *de lucru în perechi* (duale);
- o strategii *individuale* (bazate pe lucrul individual, independent);
- o strategii *mixte*.

PREDAREA – ÎNVĂȚAREA – EVALUAREA INTERACTIVĂ

De *interactivitate* dă dovadă elevul care devine *coparticipant* alături de profesor al propriei formări și *coresponsabil* de realizarea și efectele procesului de învățare.

Condițiile și situațiile specifice care pot duce la dezvoltarea spiritului investigativ, a gândirii divergente, a atitudinii creative și active în școală, pot fi considerate următoarele:

- Încurajarea elevilor să pună cât mai multe întrebări;
- Limitarea constrângerilor și a factorilor care produc frustrare;
- Stimularea comunicării prin organizarea de discuții și dezbateri între elevi, între profesor și elevi;
- Activizarea elevilor prin solicitarea lor de a opera cu idei, concepte, obiecte în vederea reconsiderării acestora și a emiterii de noi variante;
- Cultivarea independenței cognitive, a spontaneității și a autonomiei în învățare;
- Stimularea spiritului critic constructiv, a capacității de argumentare și de căutare a alternativelor.

Pentru a stimula activismul și creativitatea elevului, profesorul însuși trebuie să fie un tip creativ și activ, să manifeste un comportament și o atitudine pozitivă în acest sens. Instruirea interactivă redimensionază rolurile și ipostazele cadrului didactic. Inventarul acestora este făcut de către Mușata Bocoș în termenii următori: cadrul didactic este:

- **pedagog** care nu impune informațiile științifice ci “construiește dispozitive de învățare”, practicând o pedagogie diferențiată și individualizată;
- **proiectant, tutore, manager, moderator, organizator și gestionar** al conținuturilor, activităților și experiențelor de formare;
- **mediator** al învățării elevului într-un cadru euristic;
- **facilitator** al învățării și autoformării;
- **consilierul** elevului care are nevoie de sprijin în învățare;
- **partener** al elevului într-o relație educațională interactivă;
- **coordonator** al muncii elevilor;
- **animator, activizant și catalizator** al activităților de formare, al comunicării al interacțiunilor și al schimburilor interindividuale;
- **scenograf**, pregătind decorul desfășurării învățării eficiente;
- **actor** al demersurilor instructiv-educative;
- **strateg gânditor** pentru a ajuta elevul în construirea cunoașterii prin restructurări continue.

Exemplificări de metode interactive de predare-învățare

mozaicul, metoda piramidei, tehnica lotus, explozia stelară, pălăriile gânditoare, predare-învățarea reciprocă, schimbă perechea, diagrama cauzelor și a efectului, tehnica 6/3/5, metoda FRISCO, brainstorming.

Având un rol important în eficientizarea activităților de orice tip, evaluarea este permanentă în orice domeniu de activitate umană. Învățământul este un domeniu central și de maximă importanță socială, arie în care activitatea de evaluare se manifestă cu precădere și al cărei demers este profund justificat.

Bibliografie:

1. Bordas Alsina, Inmaculada; Cabrera Rodriguez, Flor, “Estrategias de evaluation de los aprendizajes centradas en el proceso”, In *Revista Espanola de Pedagogia*, Nr. 218/2001, Barcelona: Instituto Europeo de Iniciativas Educativas;
2. Cerghit, Ioan, Sisteme de instruire alternative și complementare. Structuri, stiluri și strategii, București: Editura Aramis, 2002;
3. *Dictionnaire de pedagogie*, Paris: Larousse, Bordas, 1996;
4. Meyer, Genevieve, *De ce și cum evaluăm*, Iași, Editura Polirom, 2000;
5. Oprea, Crenguța-L., *Pedagogie. Alternative metodologice interactive*, București, Editura Universității din București, 2003;
6. Oprea, Crenguța-L., *Strategii didactice interactive*, București, Editura Didactică și Pedagogică, R.A., ed. a IV-a, 2009;
7. Radu, I. T., *Evaluarea în procesul didactic*, București Editura Didactică și Pedagogică, 2000;

1.47. UTILIZAREA GIS ÎN PREDAREA GEOGRAFIEI

Prof. Roxana Munteanu
Colegiul Național „Cuza Vodă”
Huși, jud. Vaslui, România



Abstract

GIS is an exciting development in geography education because it brings an expanding area of new technologies into the classroom and fieldwork. GIS is already part of everyday life in satellite navigation systems, it powers market research linked to supermarket card schemes, delivers government information online and aids the emergency services.

Commercial GIS applications are complex and require specialists to implement them, but there are educational GIS software packages that are much easier to use and which help to deliver the geography curriculum in a new and interesting way.

GIS (Geographic Information Systems) is one of the fastest growing software applications in the world. GIS is not one program and different types of GIS serve different purposes: a GIS that tracks and schedules freight on a route network is different from an environmental GIS. More than 80% of data collected can be linked to a location on the earth's surface, so it is not surprising that GIS and mobile services are taking off. GIS really puts geography on the map!

There are three elements to any GIS: a digital map, data located on the map, and a software application (GIS) that links the two together. A simple school GIS provides display and search facilities for mapped data. More sophisticated commercial GIS functions include spatial querying and analysis, buffering and spatial modelling. Trainees should be given the opportunity to explore 'school' and commercial GIS to decide which would be most suitable to incorporate into different lessons and to understand a progression in the use of GIS.

GIS is ideal to introduce into the geography curriculum as it provides techniques and opportunities to further pupils' geographical learning by:

- *Overcoming mechanical aspects of mapping to give pupils the opportunity to produce a professional result;*
- *Improving pupils' visualisation of the landscape through aerial overlays on maps, 3D imagery and 'fly-throughs' reintroducing a wow! factor into mapping skills;*
- *Enabling access to up to date mapping and locational data on the internet through, for example, search engines, local and national government sites and NGOs;*
- *Enabling pupils to experiment with cartography by choosing colours, graphical techniques and methods of selecting and presenting data on maps;*
- *Allowing more time to achieve higher level thinking by replacing tedious mapping operations with interactive manipulation of large sets of digital maps and data to select, display and interpret spatial patterns and relationships.*

The majority of the geographical skills in the programmes of study at KS3 may be enhanced by the use of digital maps and GIS. Traditional geographical skills take on a new dimension when adapted to a digital context.

Sistemul de informații geografice (GIS), a devenit o parte esențială a Geografiei. Cu toate acestea, nu este prezent la nivelul curriculum-ului școlii românești, spre deosebire de tendința mondială. Integrarea GIS în sistemul educațional este posibilă, existând resursele hardware, software și date disponibile. GIS poate combina tipuri de hărți, date și le poate afișa în imagini realiste, tri-dimensionale, care prezintă informația mult mai eficient și către o mai largă audiență decât hărțile tradiționale, bidimensionale.

Produsele GIS sunt variate și oferă numeroase beneficii în activitatea didactică, unul dintre ele déjà cunoscut fiind Google Earth.

Introducerea unor noțiuni GIS și metode specifice pot duce la o utilizare eficientă

a materialelor didactice moderne și la consolidarea rolului Geografiei în școală și în societatea românească.

Prin specificul său geografia, ca disciplină de studiu, impune folosirea de metode didactice interactive, în care un loc important îl ocupă metoda descoperirii, a demonstrației, conversația euristică, aplicațiile practice individuale sau în grup. Tehnologia reprezintă un mediator al unei educații de calitate, jucând un rol esențial în facilitarea unui învățământ de calitate. Utilizarea unor metode și tehnici activizante, interactive, contribuie la dobândirea unor achiziții cognitive dar în egală măsură și la conștientizarea faptului că un bun utilizator al calculatorului are șanse mai mari de reușită în acțiunea de integrare socio-profesională.

Utilizarea acestora presupune din partea profesorului de geografie o nouă profesionalizare și dobândirea unor noi competențe (de utilizare a surselor și resurselor informatice). Utilizarea tehnicilor și tehnologiilor informaționale computerizate, adică implementarea educației asistate de calculator constituie calea pentru creșterea eficienței și asigurarea calității procesului de învățământ. Educația asistată de calculator necesită o riguroasă proiectare didactică (design instrucțional). Utilizarea noilor tehnologii (TIC) oferă profesorului mijloacele cu ajutorul cărora poate aborda într-o nouă perspectivă demersul educațional.

Produsele software prezentate efectiv elevilor trebuie să fie atractive, sugestive, coerente ca imagine și text, adecvate competențelor și conținuturilor asumate în programa de geografie. Suporturile de instruire realizate sau doar utilizate de către profesor sau elev trebuie să aibă în vedere competențele generale și specifice din programă și corelate cu conținuturile structurate pe ani de studiu.

1. Ce este GIS?

Într-un sistem informațional geografic se pot combina și analiza diferite tipuri de date obținute dintr-o multitudine de surse: măsurători topografice, scanarea și vectorizarea hărților, fotograme aeriene, imagini satelitare, importul de date de la alte programe sau sisteme. Pentru necesitățile unor activități educaționale, toate aceste date sunt disponibile pe diverse site-uri. Un produs sau o activitate GIS va conține diferite informații referitoare învelișurile geografice (organizate în baze de date) corelate cu poziția acestora reprezentată pe hărți digitale. Un exemplu de proiect GIS de mare amploare este GOOGLE EARTH.

GIS este o abreviere de la **Geographical Information System** și este o tehnologie bazată pe calculator pentru cartografierea și analiza entităților de pe suprafața terestră.

Mai pe larg, un sistem GIS este un sistem folosit pentru modelarea informației, proceselor și structurilor, care reflectă lumea reală, inclusiv evenimentele trecute, pentru a putea înțelege, analiza și gestiona resurse și facilități. Un sistem GIS poate fi descris ca sistem de gestiune a unei baze de date, care de regulă prezintă utilizatorului datele într-un mod interactiv grafic, care poate fi interogată și analizată. Cu toate acestea, GIS nu este un sistem pur hardware, el este un ansamblu constituit din echipamente de calcul, programe, persoane, metode și norme ce permite procesarea de date și exploatarea de hărți geotopografice.

Legat de domeniul geografiei și al mediului geografic vă oferim alte două exemple:

- GIS permite celor care planifică intervenții în caz de urgențe să calculeze timpul de răspuns în cazul unor dezaastre naturale sau poate fi folosit la delimitarea zonelor umede care au nevoie de protecție împotriva poluării.
- Folosind hărțile zonelor umede, diferențelor de nivel, rețelei hidrografice, terenului și alesolurilor, GIS-ul poate produce un nou strat (situat deasupra acestora) care

aranjează zonele umede conform cu sensibilitatea lor relativă de a produce pagube în apropierea fabricilor și locuințelor.

2. Beneficii ale utilizării GIS la liceu

Numeroase argumente pot fi aduse în sprijinul utilizării metodelor sau instrumentelor GIS la liceu.

Vom arăta numai câteva beneficii pe care le aduc acestea:

GIS poate juca un rol important în reforma educațională:

- promovează dezvoltarea abilităților de comunicare ale elevilor și profesorului, utilizând frecvent Internetul, mijloacele multimedia, limba engleză;
- aliniază geografia românească la tendințele europene și mondiale;
- constituie o provocare reală pentru profesorii și elevii implicați în acțiunile de cercetare științifică;
- implică din start rezolvarea problemelor de operare PC (probleme reale în prezent)

GIS "rezolvă" cu ușurință numeroase competențe specifice precum aceste exemple din programa clasei a IX-a:

- Citirea și interpretarea informației cartografice și grafice;
- Operarea cu simboluri, semne și convenții;
- Utilizarea convențiilor în citirea și interpretarea suportului cartografic;
- Construirea unor schițe cartografice simple;
- Identificarea surselor de informare și a informației utile în sistemele multimedia;

GIS este interdisciplinar, având tangente directe cu alte discipline precum :

- informatica sau TIC (operare PC, navigare Internet, baze de date);
- matematica (ex.: coordonate carteziane, aplicate în cazul datelor de tip vector);
- fizica (ex.: noțiuni privind spectrul electromagnetic în cazul aplicațiilor de teledetecție);
- limba engleză (terminologia software este numai în engleză);

GIS are un caracter profund aplicativ:

- elevii utilizează diferite soft-uri GIS, interogând, prelucrând și interpretând date de tip vector, imagini satelitare, hărți scanate etc;
- unele date pot fi obținute prin ridicări GPS;
- 90 % din ore se desfășoară pe calculator.

GIS deschide noi direcții de orientare profesională:

- domeniile de aplicare ale GIS sunt atât de largi (de la criminalistică la arhitectură), încât geografia poate deveni prin GIS un adevărat reper de orientare în viață;
- piața GIS este într-o dezvoltare puternică, având un potențial uriaș, mai ales în țara noastră.

GIS poate impulsiona locul geografiei în curriculum:

- aliniază geografia la tendințele europene și mondiale
- constituie o provocare reală pentru profesorii și elevii implicați în acțiuni de cercetare științifică;
- prin legătura directă cu disciplinele "reale" (ex.: informatica, matematica, fizica) poate rezolva problema locului geografiei în trunchiul comun sau CD/CDS pentru unele filiere sau profiluri.

3. Posibilitățile de utilizare GIS pentru formarea competențelor din programele școlare de geografie

Multivalențele educative ale GIS sunt argumente forte pentru folosirea lui la clasă (cu toate acestea, chiar și la nivel european, s-a constatat că GIS este foarte puțin prezent în curriculum). Dincolo de situația actuală, proiectarea centrată pe competențe favorizează introducerea conceptelor și instrumentelor GIS, încă de la nivelul clasei a IX-a.

La clasa a IX-a, în cadrul unității de conținut Măsurarea și reprezentarea spațiului terestru pot fi introduse elemente legate de conceptul de GIS în general, modele de date și georeferențiere. Aceste conținuturi vor putea forma competențe precum:

- 4.1. Citirea și interpretarea informației cartografice și grafice;
- 4.2. Operarea cu simboluri, semne și convenții;
- 4.3. Utilizarea convențiilor în citirea și interpretarea suporturilor cartografice;
- 4.4. Trecerea de la o scară la alta;
- 4.5. Construirea unor schițe cartografice simple;
- 5.1. Identificarea surselor de informare și a informației utile în sistemele multimedia;
- 5.2. Utilizarea tehnologiei documentării bibliografice eficiente.

Dincolo de potențiala introducere a unor noi conținuturi, metodele GIS pot fi aplicate cu ușurință pentru a demonstra probleme legate de relief sau hidrografie, de exemplu. Elevii sunt fascinați de imaginile satelitare și le vor folosi cu mare plăcere în cadrul unor activități independente precum realizarea unor referate, mici proiecte în echipă. Problematika orizontului local capătă noi perspective dacă se vor utiliza imagini satelitare, hărți digitale etc.

La clasa a X-a în unitatea Geografia așezărilor umane, conținuturile Organizarea spațiului urban și rural. Planul orașului /Amenajarea locală și regională pot include aplicații și studii de caz cu GIS, de exemplu vizualizarea și interogarea unor date vector reprezentând hărți digitale ale unor orașe.

Google Earth poate fi aici un instrument foarte util în analiza structurii urbane sau a zonelor funcționale. Numeroase orașe prezintă pe site-urile proprii sau prin surse locale cadastre digitale ce pot fi de asemenea utilizate

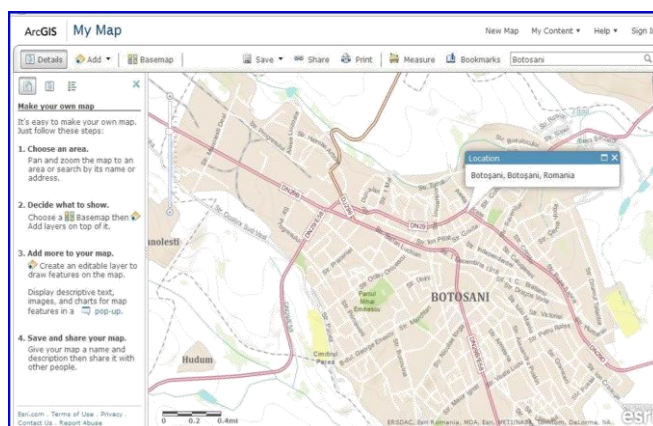


Fig. 1 Planul orașului Botoșani cu ArcGis MapLa clasa a XI-a pot fi realizate aplicații și chiar introduse conținuturi legate de problematica hazardelor geografice. Nu mai pot fi concepute astăzi hărți de risc sau vulnerabilitate fără GIS.

4. Activități de învățare folosind Google Earth

Această aplicație este utilă deoarece prezintă coordonatele geografice, punctele cardinale, elemente de geografie fizică: forme de relief, rețea hidrografică și elemente de geografie umană: orașe, obiective turistice, modul de utilizare al terenului, căi de comunicații. Pentru studiul geografiei fizice, elevii primesc ca sarcină de lucru să observe harta și să studieze caracteristicile fizico-geografice. De exemplu: trăsăturile formelor de relief dintr-un spațiu precizat, modul de dispunere a rețelei hidrografice, modul de utilizare al terenului; studiul fenomenelor geografice de risc: uraganul Katrina - traseu, intensitate, principalele cutremure ce au afectat planeta-zone de subducție, de convergență, magnitudine, hărți ale intensității lor; pe baza imaginilor satelitare, se poate caracteriza vremea dintr-o regiune: temperatură, precipitații. Pe parcursul situației de învățare, elevii vor stabili poziția geografică a unui stat, utilizând Google Earth.

Sarcina de lucru: Deschideți aplicația Google Earth. Căutați harta statului X, vizualizați rețeaua cartografică (View Grind). Pe caietul de notițe/pe foia de lucru, răspundeți la următoarele întrebări:

- În ce emisferă este situat statul X?
- Precizați regiunea geografică unde se află statul X.
- Care sunt principalele paralele care traversează statul X?
- Enumerați vecinii statului X?
- Calculați distanța dintre cele două extremități pe latitudine.
- Ce tip de granițe are statul X?

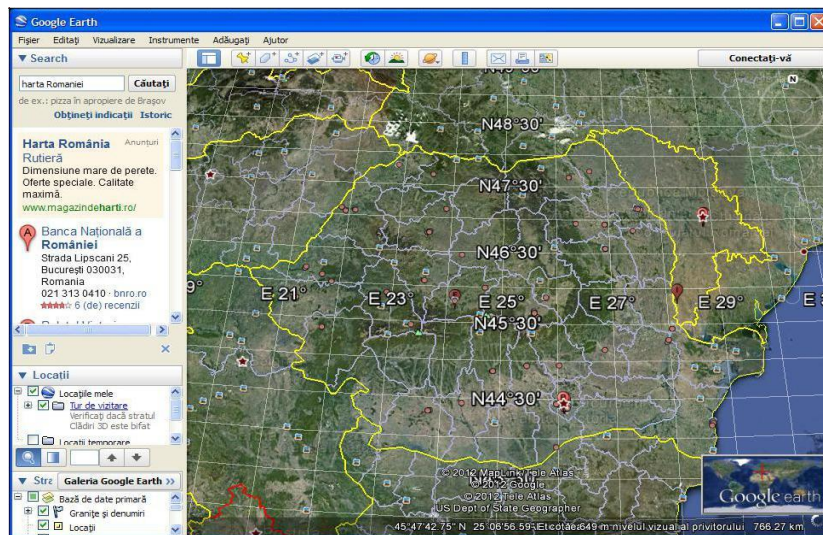


Fig. 2 Localizarea României cu Google Earth

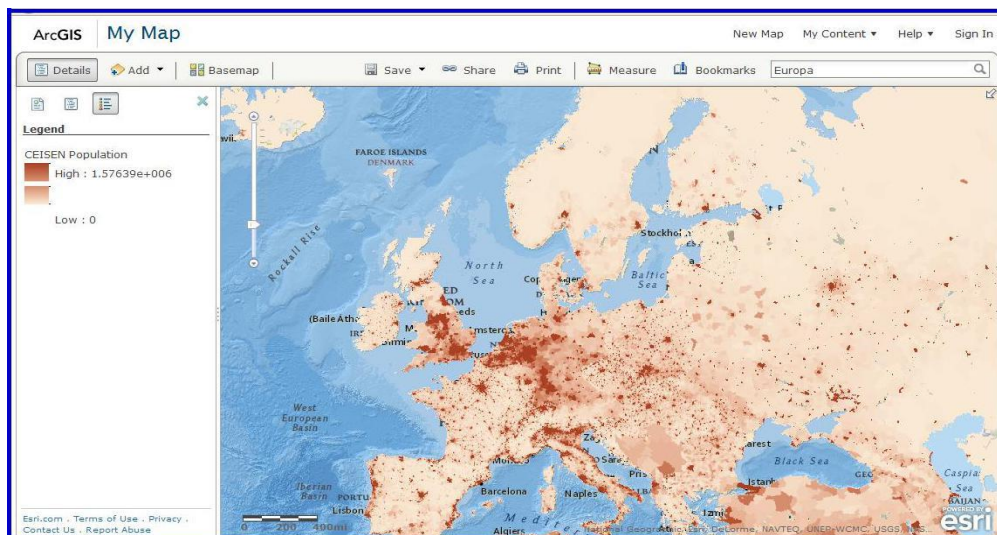
Analiza hărții densității populației

Sarcina de lucru: Deschideți aplicația Google Earth. Suprapuneți Harta densității populației (Add. Content; World Population Density; Open in Google Earth). Pe caietul de notițe/pe foia de lucru, rezolvați următoarele sarcini:

- Definiți densitatea populației.
- Precizați care sunt regiunile cu cea mai mare densitate a populației din Europa.
- Enumerați doi factori care au determinat aceste concentrări de populație.
- Care sunt regiunile cu cea mai mare densitate din Asia?
- Precizați statele care prezintă valori mari ale densității populației?

- Care sunt regiunile cu cele mai mici densități de populație din America de Sud?
- Explicați importanța Munților Anzi în răspândirea populației?

Fig. 3 Densitatea populației din Europa



BIBLIOGRAFIE:

1. Suport de curs pentru aplicarea noului curriculum prin integrarea Tehnologiei Informației și a Comunicațiilor (TIC) disciplina Geografie
2. Dulamă, Maria Eliza, "Utilizarea tehnologiei informației și comunicatelor în lectii (TIC)", Didactica geografiei, nr. 1, Cluj-Napoca
3. Ibănescu Lucica, Țișcanu Cristian, Niculiță Octavian, "GIS (Geographical Information Systems)", 2002
- Săvulescu, C., și colab., "Fundamente GIS", Editura HGA, București, 2000
4. "Introducere în ArcGIS", ESRI România, București, 2005
5. http://www.esri.ro/primii_pasi/invatamant/index.html
6. <http://www.arcgis.com/home/webmap/viewer.html?useExisting=1>

1.48. STAREA ACTUALĂ ȘI PERSPECTIVELE ANTREPRENORIATULUI POMICOL ÎN REPUBLICA MOLDOVA

**Grinciuc L.
Bujor T.**

**Universitatea Agrară de Stat din Moldova
Chișinău, Republica Moldova**

Antreprenoriatul joacă un rol important în dezvoltarea economică, fiind o sursă de inovare și schimbare, care stimulează creșterea productivității și a competitivității economice. Antreprenoriatul este strâns legat de cunoștințe și flexibilitate, doi factori care au câștigat o nouă semnificație ca sursă a competitivității într-o economie mondială din ce

în ce mai globalizată. Odată cu schimbările tehnologice și cu intensificarea concurenței mondiale aduse de globalizare și de liberalizarea economică, ipoteza că încurajarea spiritului antreprenorial reprezintă încurajarea competitivității unei țări, azi pare mai valabil decât oricând. În condițiile economiei de piață, interesul pentru activitatea de antreprenariat este în continuă creștere.

Reformele economice din anul 1990 în Republica Moldova au adus la schimbări esențiale în mentalitatea oamenilor privind proprietatea particulară, concurența și antreprenariatul. Actualmente, antreprenariatul este recunoscut de toate organele de resort, se dezvoltă conform legislației Republicii Moldova, devenind, unul dintre cei mai populari termeni, frecvent utilizat de către economiști, politicieni, reprezentanți ai presei, precum și de oameni simpli. Activitatea de antreprenariat este considerată, în prezent, un factor primordial în dezvoltarea economiei de piață a Republicii Moldova.

Antreprenariatul este asociat cu succesul, banii și prosperitatea, atât pentru individ, cât și pentru societate. Cu cât mai mulți întreprinzători există, cu cât mai multe afaceri de succes sunt, cu atât mai dezvoltată este țara. Astăzi antreprenariatul oferă fiecărui șansa de a-și realiza scopurile și de a obține venit din propria afacere. Aceasta se demonstrează prin faptul că anual în Republica Moldova își deschid propria afacere mii de persoane, majoritatea fiind ghidați nu de visul de a deveni cel mai bogat sau prosper, dar doresc să-și asigure un nivel de trai decent și al apropiaților săi.

Una din activitățile antreprenoriale dezvoltate în Republica Moldova este cultivarea plantațiilor pomicole, ramură care este și va rămâne una din ramurile prioritare ale agriculturii cu pondere considerabilă în economia țării și export.

Din totdeauna, pomicultura a constituit o ramură deosebită pentru Republica Moldova, fiind favorizată de clima temperată, solurile fertile, îndeletnicirea profesională a populației, care permit creșterea celor mai bune soiuri de fructe și culturi bacifere, obținerea producției ecologic pure cu calități superioare gustative.

Analizând situația ramurii pomicole din Republica Moldova din ultimele aproape șase decenii, se observă o reducere bruscă a indicatorilor economici de bază. Recolta globală de fructe în medie pe anii 2000-2005 s-a redus față de anii 1986-1990 de 2,5 ori. Perioada anilor 1986-1990 se caracterizează prin extinderea suprafețelor de plantații pomicole, atingând cota cea mai mare din istoria ramurii – peste 250 mii ha.

Această perioadă se mai caracterizează și prin faptul că, de rând cu fluxul și refluxul care au avut loc, foarte clar și ferm se confirmă tendința de sporire a productivității livezilor, recoltei globale de fructe și altor indicatori. În decursul acestei perioade, suprafața totală de livezi s-a mărit de 2,5 ori, din care 149 mii ha plantații pe rod, ceea ce constituie 63,7 la sută din suprafața totală de livezi pe URSS. Producția medie la hectar și recolta globală de fructe au sporit respectiv de 1,7 și 7,3 ori, atingând nivelul de 6,07 t/ha și 904 mii tone. Însă cele mai bune rezultate au fost obținute în anii 1986-1990 (perioada anterioară crizei), când de pe fiecare din cele 136,4 mii ha de plantații pe rod s-a recoltat în medie câte 7,5 t, recolta globală a constituit circa 1023 mii tone, iar nivelul rentabilității a depășit 100 procente (Tabelul 1).

Tabelul 1. Dinamica dezvoltării ramurii pomicole în Republica Moldova la hotarul mileniilor

Anii	Suprafața totală de	Plantații pe rod, mii/ha	Recolta globală	Producția medie, t/ha
	livezi, mii/ha		de fructe, mii/t	
1986-1990	219,8	136,4	1023	7,5
1990	234	149	904,43	6,07
1991	214,7	154,6	768,362	4,97
1992	243,7	161,1	499,41	3,1
1993	251	173,5	1058,35	6,1
1994	233	174,3	648,396	3,72
1995	184,8	143	507,65	3,55
1996	173,8	146,1	515,733	3,53
1997	165,2	149,4	941,22	6,3
1998	156,3	146,1	363,789	2,49
1999	145,5	140,2	134,592	0,96
2000	136,6	129	254,13	1,97
2001	122	118,1	315,327	2,67
2002	120,2	116,8	329,376	2,82
2003	114,3	108	616,68	5,71
2004	111	103,6	435,12	4,2
2005	110	103,5	379,845	3,67
2006	109,2	102,1	315,489	3,09
2007	112,2	101,2	267,168	2,64
2008	114,1	99,1	351,805	3,55
2009	114,7	95,9	304,003	3,17
2010	116,2	94,2	314,628	3,34
2011	118,8	93,8	372,386	3,97
2012	119,5	94,8	373,512	3,94
2013	122,2	89,9	422,53	4,7
2014	122,3	91,9	499,017	5,43

Sursa: datele BNS a Republicii Moldova [10]

A doua etapă cuprinde anul 1991 care este considerat ca an al începutului crizei și pînă în prezent. Conform datelor din tabelul 1 această etapă, de fapt, constă din două părți:

- prima parte cuprinde anii 1991-1999 ce se caracterizează prin reducerea bruscă a indicatorilor menționați. Ca excepție, în anii 1993 și 1997 au fost obținute la un nivel mult mai sporit producția medie la hectar și recolta globală de fructe. În anul 1999 suprafața totală a livezilor s-a redus de 1,5 ori față de media anilor 1986-1990, iar a plantațiilor pe rod, dimpotrivă, s-a mărit cu circa 10 la sută. Această situație a influențat negativ asupra recoltei globale de fructe și a producției medii la hectar, care au scăzut, respectiv de 7,6 și 7,8 ori;

- a doua parte începe cu anul 2000 care, de fapt, este anul de stopare a declinului pomiculturii și de trecere la o creștere lentă în anii 2000-2002 a productivității și recoltei

globale de fructe, după care urmează un salt esențial al indicatorilor nominalizați în anul 2003, urmat ulterior de reducerea lentă a acestora (Fig.1). Se poate menționa, că această sporire a avut loc, chiar dacă s-a redus suprafața totală de livezi pe țară.

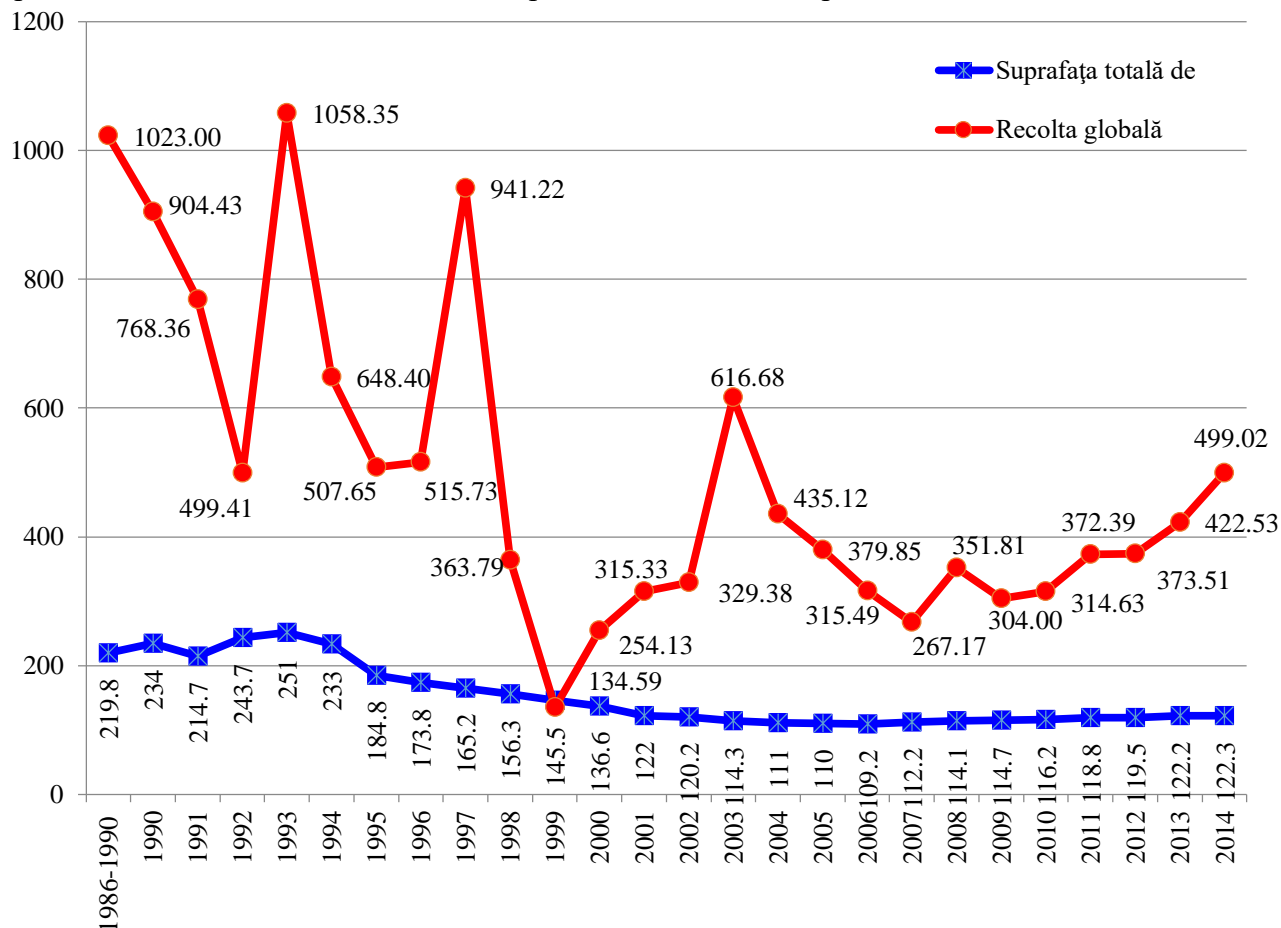


Fig 1. Raportul dintre producția globală și suprafața plantațiilor pomicole

Sursa: adaptat de autor după datele BNS prezentate în Tabelul 1

Analizând în dinamică volumul producției de fructe în toate categoriile de gospodărie sub aspectul speciilor, putem spune, că în perioada anilor 2008-2014 volumul total al producției de fructe pe specii s-a majorat. În anul 2014 la speciile sămânțoase s-a înregistrat un volum al producției de 376,5 mii tone, ceea ce constituie cu 115,91 mii tone mai mult decât în anul 2008. Această majorare este caracterizată de sporirea volumului producției de mere, care în anul 2014 a constituit 370 mii tone, ceea ce reprezintă o creștere comparativ cu anul 2013 cu 62,8 mii tone, iar comparativ cu anul 2008 a sporit cu 114,91 mii tone. Analizând volumul producției de pere și gutui în aceeași perioadă, putem menționa că în ultimii doi ani, producția de pere a înregistrat o diminuare de la 7,64 mii tone în anul 2010 până la 4,7 mii tone în anul 2013. Cât privește volumul producției de gutui, acesta la fel s-a redus, constituind în anul 2014 cca 1,5 mii tone, ceea ce reprezintă cu 0,4 mii tone mai puțin față de 2010 și cu 0,2 mii tone față de anul 2012. Aceeași situație este evidentă și în cazul producției de fructe sămburoase, care în anul 2014 a înregistrat un volum de cca 102,3 mii tone sau cu 7,8 mii tone mai mult decât în anul 2008, ceea ce constituie mai mult cu 8,25%. Din datele tabelului, rezultă că cel mai mare volum de

producție la fructele sâmburoase în perioada analizată se înregistrează la producția de prune care în anul 2014 au constituit cca 72,8 mii tone , ceea ce reprezintă o sporire cu 41,4 mii tone față de anul 2009 și cu 17,2 mii tone față de anul 2013. După volumul producției obținute de speciile sâmburoase, piersicii se plasează pe locul doi, care în anul 2013 au constituit 16,9 mii tone, ceea ce reprezintă față de anii 2008 și 2012 o sporire respectiv cu 7,81 mii tone și 8,2 mii tone. Referindu-ne la producția de vișine, putem menționa, că cel mai mult a scăzut volumul producției din anul 2013 care a constituit 2,8 mii tone, ceea ce reprezintă o scădere față de anul 2009 cu 17,95 mii tone și cu 5,2 mii tone față de anul 2012. O situație îmbucurătoare este evidentă în cazul producției arbuștilor fructiferi și de căpșun, care în anul 2014 au înregistrat 5,4 mii tone, ceea ce reprezintă un volum mult mai mare în comparație cu anii 2008-2013.

Tabelul 2. Analiza în dinamică a producției de fructe în toate categoriile de gospodării sub aspectul speciilor

Specificare	Anii						
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Specii sămânțoase, mii tone:	260,59	216,95	217,49	278,10	290,50	313,50	376,5
Mere	255,09	209,59	207,90	268,80	281,80	307,2	370,0
Pere	4,27	5,73	7,64	7,30	7,00	4,7	5,0
Gutui	1,24	1,63	1,90	1,90	1,70	1,6	1,5
Specii sâmburoase, mii tone:	94,50	78,54	91,52	84,80	79,30	91,8	102,3
Cireș	7,21	9,75	7,13	8,50	8,60	6,6	7,6
Vișine	15,39	20,75	11,30	17,40	8,00	2,8	4,5
Prune	56,16	31,40	53,82	35,00	49,30	55,6	72,8
Caise	6,64	6,60	4,74	8,50	5,20	9,90	7,2
Piersici	9,09	10,03	14,54	15,40	8,20	16,9	10,2
Culturi nucifere, mii tone	13,74	9,83	11,58	13,20	8,50	10,90	9,70
Arbuști fructiferi și căpșun, mii tone	1,66	2,65	1,80	2,30	1,50	1,70	3,40
TOTAL, mii tone:	370,49	307,97	322,39	378,40	379,80	417,90	491,90

Sursa: datele BNS a Republicii Moldova [10]

Actualmente, suprafața de livezi și arbuști fructiferi în toate categoriile de gospodării constituie 122,3 mii ha, dintre care: speciile sămânțoase – 59, 2 mii ha, speciile sâmburoase – 36, 2 mii ha, nuciferele – 24, 2 mii ha și baciferele – 2,7 mii ha.

Tabelul 3. Analiza în dinamică a suprafețelor ocupate de fructe în toate categoriile de gospodării sub aspectul speciilor

Specificare	Anii						
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Specii sămânțoase:							
Suprafața totală, mii ha	68,0	66,8	66,6	66,6	66,0	66,3	59,2
Suprafața pe rod, mii ha	62,7	59,9	58,8	57,3	57,1	55,5	47,0
Specii sâmburoase:							
Suprafața totală, mii ha	38,6	38,7	39,3	40,0	40,4	41,1	36,2

Suprafața pe rod, mii ha	32,0	31,2	30,4	31,0	32,0	27,6	28,2
Culturi nucifere:							
Suprafața totală, mii ha	6,7	8,0	9,4	11,3	12,3	14,0	24,2
Suprafața pe rod, mii ha	3,6	3,9	4,1	4,6	5,0	6,1	14,3
Arbuști fructiferi:							
Suprafața totală, mii ha	0,8	1,1	1,0	0,9	0,8	0,8	2,7
Suprafața pe rod, mii ha	0,8	0,9	0,9	0,9	0,7	0,7	2,4
TOTAL:							
Suprafața totală, mii ha	114,1	114,6	116,3	118,8	119,5	122,2	122,3
Suprafața pe rod, mii ha	99,1	95,9	94,2	93,8	94,8	89,9	91,9

Sursa: datele BNS a Republicii Moldova [10]

Reieșind din datele Tabelului 2, este evident că în anul 2014 suprafața speciilor sămburoase și sămânțoase este în descreștere comparativ cu anii precedenți, pe când suprafețele ocupate de culturile nucifere și de arbuștii fructiferi, înregistrează o sporire a lor.

Problemele pomiculturii în mare măsură s-au complicat cu destrămarea relațiilor economice existente în trecut și pierderea pieței sigure de desfacere a producției pomicole, lipsa acută de mijloace financiare, agravarea asigurării tehnico – materiale în ansamblu, precum și în legătura cu lipsa unei politici flexibile privind prețurile produselor agricole, politica de creditare și impozitare etc.

Toate acestea au dus la restrângerea pieței produselor pomicole din Republica Moldova. Drept consecință se urmărește o reducere bruscă a ofertei de fructe, o micșorare a consumului de fructe și respectiv a cererii față de produsele pomicole, o diminuare a exportului de fructe etc.

În pofida tuturor dificultăților, impedimentelor și provocărilor, în ultimele două decenii agricultura moldovenească a reușit să înregistreze rezultate notabile exprimate prin performanță, calitate și productivitate. Noile tehnologii în domeniu, care prind rădăcini și în Moldova, au permis ridicarea agriculturii la un alt nivel, în care roada poate fi programată, fără ca fermierii să se bazeze doar pe „ce dă Dumnezeu”.

Analizând rezultatele atinse de fermierii din Republica Moldova în prezent, constatăm că în 1992 nici nu ne-am fi putut imagina că pot fi obținute asemenea rezultate bune. Asta pentru că acum două decenii nu existau tehnologii avansate, tehnică performantă, sisteme de protecție a plantelor, dar și alte “ingrediente” necesare procesului de producție. Dacă am fi spus cuiva atunci că este posibil să obții 60-70 de tone de mere la hectar, cu siguranță nimeni nu ne-ar fi crezut. Astăzi, există mulți producători care înregistrează asemenea rezultate prin cultivarea livezilor intensive obținând 60-80 tone de mere sau 18-20 tone de cireșe la hectar.

Republica Moldova dispune de livezi cu cea mai avansată vârstă în perioada postbelică, plantațiile pe rod constituie 96,2 la sută. La momentul actual mărul constituie 70,3 mii ha, părul – 1,4 mii ha, prunul – 22,8 mii ha, piersicul – 7,2 mii ha, caisul – 2,3 mii ha, vișinul – 3,3 mii ha, iar cireșul – 2,4 mii ha.

În perspectivă se preconizează optimizarea suprafețelor de plantații pomicole și bacifere, care se va înfăptui prin renovarea, îmbinarea și reducerea treptată a plantațiilor cu productivitate scăzută și vârstă avansată.

Spre finele anului 2020 suprafața totală de plantații pomicole și bacifere pe țară se va stabiliza la nivelul de circa 100 mii ha și se va menține ulterior. Structura speciilor pomicole se vor forma din 65,2 mii ha specii sămânțoase, 29,9 mii ha – sâmburoase, 4,1 mii ha – nucifere și 0,8 mii ha – bacifere.

Se preconizează scăderea ponderii mărului de la 68,8 mii ha până la 62,3 mii ha, iar a speciilor de păr și gutui din potrivă va crește și vor constitui aproximativ 1,9 mii ha. În structura suprafețelor pomicole speciile sâmburoase va constitui: prun – 19 la sută, piersic – 6,2%, vișin – 1,7 la sută, cireș – 1,5 la sută și cais – 1,1 la sută.

BIBLIOGRAFIE

1. Boboc R., Covaș L., Solcan A., Stihl L. *Antreprenariat Inovație Risc*, ASEM, Chișinău, 2003
2. Borza, A., Bordean, O., Mitra, C., Supuran, R., Mureșan, A., *Antreprenariat și Managementul întreprinderilor mici și mijlocii. Concepte și studii de caz*, Cluj-Napoca: Risoprint, 2009
3. Cimpoieș, Gh., *Pomicultura specială*, Chișinău: Colograf, 2002, 336 pag.
4. Donică I., Donică A., *Starea actuală și perspectiva pomiculturii în Republica Moldova, Științe agroindustriale Akademos*, 2009, Nr. 2, p. 71-76.
5. Donică I., Donică A., *Dezvoltarea durabilă a pomiculturii. Agricultura Moldovei*, 2006, Nr. 9, p. 10- 11.
6. Drucker P. *Inovația și sistemul antreprenorial*, Colecția Băncii Naționale a României, București, 1994
7. Nicolescu, O. *Managementul întreprinderilor mici și mijlocii*. București, Editura Economică, 2002.
8. Rapcea M., Donică I., Bogdan I., Donică A., *Starea actuală și perspectivele dezvoltării pomiculturii în Republica Moldova. / Lucrări științifice*, București, 2005, Vol. 1, p. 15-20.
9. Solcan, A. *Bazele antreprenariatului. Inițierea unei mici afaceri*. Chișinău, ASEM 2006.
10. www.statistica.md

1.49. INOVAȚIE ȘI CREATIVITATE ÎN DEMERSUL DIDACTIC LA CLASĂ – ACTIVITATE EXTRACURRICULARĂ - SPIRITUALITATE ȘI RITUAL ÎN BLIDUL PASCAL LA BILCA

**PROF. BOTIC SIMONA
PROF. BULIGA CRISTINA
COLEGIUL ANDRONIC MOTRESCU
RĂDĂUȚI, SUCEAVA, ROMÂNIA**

Nowadays, being creative is a pretty difficult mission and, in the same time, it is a necessity of this millennium (B. Gates)

Creativity is the key factor for the contractual, personal, professional and social development of competences as well as for the prosperity of all the individuals in society. Every day life offers us the possibility to act in a way as creative and inventive as possible. Creativity is something that determines us to step out of the usual life and to make new things and to find different and new solutions.

Extracurricular activities represent an essential element in the educational politics because they have a positive impact on the development of the students personalities, on the educational performances as well as on the social integration in general. Education is an action that involves the participation of school, family, the whole society and the cooperation of all these is logical and necessary. Keeping a partnership between school and family depends on all the educational actors taking responsibilities for it:

*We've chosen to present the Interdisciplinary Contest Culture and Civilization in Romania for the high school students. The sections of the contest are: The Study of the Local Ethnographic and Linguistic Characteristics
The Study of the Cultural Mentalities and Sociological Research, Local Historical Monographies.*

The educational project Spirituality and Ritual in the Easter Basket at Bilca is a local project, that is a part of the extracurricular activity at Andronic Motrescu College, since February 2012. The God's Revival Day, known as Easter, starts as a religious event, the night before, at midnight, when it is said that the tomb opened and Jesus revived. People from Bukovina go in a pretty large number to churches in this saint night. They go to the Revival Service, to take light and then in the morning, they sanctify the pasca (a holy bread) and other goods that are put in a basket called blid.

Most of the families have popular costumes for children, teenagers and adults and they wear them twice or three times a year. The young people complete the occidental mimethism with practising rituals that are inherited from generation to generation, being conscious that traditions offer them authenticity.

Sanctifying the Easter basket is a tradition for almost all the families in Bukovina. After the sociological researches that were applied and through the activities they did, people gained experience and discovered the purity of ancient rituals. These pieces of information are the result of a thorough work to gather folklore from the villages: Frătăuți, Gălănești, Horodnic, Milisăuți, Bilca and Marginea from old people like: Rusu Costică-78 years old, Martinescu Dumitru-90 years old, Ileana of Petru of Oloi-57 years old.

In order not to lose ourselves in the variety of the European culture, we have to preserve our identity and national consciousness by practising local customs. The result of the sociological research shows that the young people are interested in activities that create moral and economical values in the archaic space.

The project stimulated the interest of teachers and students for knowing the Easter traditions and rituals, as well as the interest of mass-media and local community.

The young people are interested in who they are as people from Bukovina, how their grandparents lived, in what they believed and why, what kind of clothes they wore and how they socialized and kept in touch with each other without mobile phones and internet. Their great love for Romanian culture, their desire to preserve over the centuries pieces of their local customs and traditions, but also the regret that too few people try to transmit further what is ours from ancestors determined us to show more attention to the traditional, cultural, religious, historical elements considering this as a moral duty and responsibility.

The description of some traditions and customs in the proposed activities for this project gives us the possibility to understand the people trying to discover the secrets of the eternal nature and to be closed to it and to transform their lives in years of joy and hope. The students will be taught to understand, to take part in activities that are specific for this area, to be willing to know these traditions and to preserve them.

To accept and to practise Easter rituals means to discover springs of spirituality that aren't abroad, that the teenagers are not familiar with they are here, now, easy to be assimilated by them.

Unfortunately, at school there are few classes and activities from where students could learn about Romanian customs and traditions. As a result, through this project, through the activities we proposed, the students that are involved in them will get to know our Romanian specific character. They will rediscover the Romanian customs and traditions and preserve and treasure them the way we inherited them from our ancestors over the generations because through them we won't lose ourselves in time.

În zilele noastre, a fi creativ este o misiune destul de grea și, concomitent, o necesitate a acestui mileniu (B. Gates)

Creativitatea este factorul cheie pentru dezvoltarea competențelor personale, profesionale, antreprenoriale și sociale precum și pentru bunăstarea tuturor indivizilor din societate.

În fiecare zi, viața ne oferă posibilitatea de a ne manifesta într-un mod cât mai creativ și de a fi cât se poate de inventivi. Creativitatea e ceva ce ne determină să ieșim din cotidian, să facem lucruri noi și să găsim soluții diferite de celelalte.

Activitățile extracurriculare reprezintă un element prioritar în politicile educaționale întrucât au un impact pozitiv asupra dezvoltării personalității elevilor, asupra performanțelor școlare și asupra integrării sociale în general. Educația este o acțiune la care își dau concursul școala, familia, întreaga societate, cooperarea acestora apare logică, stringentă, iar menținerea unui parteneriat între școală și familie depinde de asumarea responsabilităților de către toți actorii educaționali.

Activitățile extracurriculare pot avea conținut cultural, artistic, spiritual, științific, tehnico-aplicativ, sportiv sau sunt simple activități de joc sau de participare la viața și activitatea comunității locale. Ele au cel mai larg caracter interdisciplinar, oferă cele mai eficiente modalități de formare a caracterului copiilor încă din clasele primare, deoarece sunt factorii educativi cei mai apreciați și mai accesibili sufletelor acestora. Având un caracter

atractiv elevii participă, într-o atmosferă de voie bună și optimism, cu însuflețire și dăruire, la astfel de activități.

Activitățile extracurriculare sunt grupate în următoarele categorii: sărbători și festivități, concursuri școlare, excursii și drumeții, vizite. Am ales să prezentăm Concursul interdisciplinar *Cultură și civilizație în România*, adresat elevilor din ciclul liceal. Secțiunile concursului sunt: *Studiul privind particularitățile etnografice și lingvistice locale*, *Studiul privind mentalitățile culturale și cercetarea sociologică*, *Monografii istorice locale*.

Concursurile școlare stârnesc interesul elevului pentru diferite arii curriculare, având în același timp o importanță majoră și în orientarea profesională a acestuia. Ele oferă elevilor posibilitatea de a demonstra practic ceea ce au învățat la școală și acasă. Sunt organizate într-o manieră plăcută, stimulând spiritul de competitivitate și îi oferă elevului prilejul de a se integra în diferite grupuri pentru a duce la bun sfârșit munca, precum și ocazia de a asimila mai ușor cunoștințele.

Spiritualitate și ritual în blidul pascal la Bilca



APLICANTUL: Colegiul *Andronic Motrescu* - Rădăuți, str. Putnei, nr. 236, tel. 0230-562429, fax 0230-562429, e-mail andronicmotrescu@yahoo.com

TIPUL DE PROIECT: Proiect de conservare a tradiției

TITLUL PROIECTULUI: SPIRITUALITATE ȘI RITUAL ÎN BLIDUL PASCAL LA BILCA

COORDONATORI: prof. Angelica Pîslar, prof. Cristina Vițega, prof. Cîrdei Mihai, prof. Roșca Vasile

ARGUMENT:

Proiectul educativ *Spiritualitate și ritual în blidul pascal la Bilca* se derulează la nivel local, în cadrul activităților extracurriculare a Colegiului *Andronic Motrescu*, Rădăuți, din februarie 2012. Ziua Învierii Domnului, cunoscută și sub numele de Paște începe, din punct de vedere liturgic, în noaptea dinainte, la miezul nopții, când se spune că mormântul s-a deschis și a înviat Hristos. Bucovenii participă în număr destul de mare la Sfânta Liturghie din această noapte sfântă, vin la Slujba Învierii, pentru a lua lumina, apoi, dimineața, sfințesc pasca și prinoasele puse într-un coș numit **blid**.

Majoritatea familiilor dețin costume populare pentru copii, adolescenți și adulți care sunt îmbrăcate de două, trei ori pe an. Tinerii completează mimetismul occidental cu practicarea ritualurilor moștenite din generație în generație, fiind conștienți că tradițiile le conferă autenticitate.

Sfințirea blidului pascal este un obicei practicat aproape în fiecare familie din Bucovina. În urma cercetărilor sociologice aplicate și prin activitățile desfășurate au dobândit experiență și au descoperit puritatea ritualurilor străvechi. Aceste informații sunt rodul unei minuțioase munci de teren în scopul culegerii de folclor efectuate în satele : **Frătăuți, Gălănești, Horodnic, Milișăuți, Bilca și Marginea**, de la localnici vârstnici ca : Rusu Costică – 78 ani, Martinescu Dumitru – 90 ani, Ileana lui Petru a lui Oloi – 57 ani.

Pentru a nu ne pierde în diversitatea culturii europene, trebuie să ne păstrăm și să ne afirmăm identitatea și conștiința națională prin practicarea efectivă a obiceiurilor locale. Din cercetarea sociologică reiese că tinerii sunt interesați de activități ce formează valori morale și economice într-un spațiu arhaic.

Proiectul a stimulat interesul cadrelor didactice și al elevilor pentru cunoașterea obiceiurilor și ritualurilor pascale, interesul mass-mediei și comunității locale.

MOTIVAȚIA ÎN CONTEXT GENERAL

❖ Adolescenții, datorită dorinței de a depăși vechea mentalitate, copie tot ce văd, aud, fără o selecție a valorilor ce pot fi pliate pe spațiul cultural bucovinean;

❖ Elevii sunt derutați de schimbările majore ce se produc la nivel de cultură suburbană;

❖ Relaționarea și socializarea precară a adolescenților cu adulții (tinerii preferă comunicarea intermediară prin internet sau telefon și nu comunicarea directă);

❖ Manifestarea unei superficialități la nivel comunicativ în familie și societate, carență ce modifică negativ perceperea spațiului românesc;

❖ Impactul mass-mediei asupra tinerilor.

OBIECTIV GENERAL: afirmarea identității și apartenenței la cultura bucovineană prin valorificarea potențialului local;

OBIECTIVE SPECIFICE:

❖ Formarea atitudinilor pozitive moral-tradiționale ale tinerilor față de valori;

❖ Păstrarea identității bucovinene;

❖ Dezvoltarea și formarea unei personalități armonioase în acord cu valorile spirituale locale;

❖ Practicarea de către tineri a obiceiurilor și ritualurilor pascale;

❖ Transmiterea cutumelor satului prin interrelaționarea generațiilor;

❖ Încurajarea consumului produselor naturale, autohtone.

PERIOADA PROPUȘĂ SPRE DESFĂȘURARE: februarie 2012/ iulie 2013

RESURSELE PROIECTULUI:

RESURSE UMANE:

- elevi de școală primară, gimnazială și liceu; săteni; cadre didactice.

RESURSE MATERIALE: albume, cărți, obiecte de artă populară și de uz casnic, blide, aparatură audio-video.

GRUP ȚINTĂ: Grupuri de elevi cu vârsta cuprinsă între 15-19 ani.

BENEFICIARI:

- **beneficiari direcți:** adolescenții, cadre didactice;

- **beneficiari indirecti:** cadre didactice, comunitatea locală, părinți

PARTENERI: Primăria Bilca, mass- media locală, Muzeul Etnografic *Samuil și Eugenia Ioneț Rădăuți*.

MEDIATIZARE: afișaj, pliante, mass-media locală, expoziție fotografică, expoziție de obiecte populare și de uz casnic confecționate în gospodărie.

MOD DE REALIZARE:

❖ Stabilirea echipei de proiect și a coordonatorilor;

❖ Lansarea proiectului (motivații, obiective, tipuri de activități, termene);

❖ Etapa de pilotare;

❖ Perioada de implementare a activităților.

❖ Evaluarea proiectului

❖ **FINALITĂȚI ALE PROIECTULUI:**

- Îmbogățirea orizontului de cunoștințe, reprezentări și deprinderi de prețuire și păstrare a acestui domeniu al folclorului tradițional local și național;

- Valorificarea ritualurilor pascale în promovarea agroturismului

- Participarea tinerilor la sărbătorile tradiționale obștești;

- Integrarea valorilor tradiționale în noile valori.

MODALITĂȚI DE EVALUARE:

❖ Analiza semestrială a activităților desfășurate și a rezultatelor obținute;

❖ Observarea impactului asupra tinerilor implicați în activități;

❖ Realizarea de mape /portofolii de documentare;

❖ Implicarea tinerilor în activitățile premergătoare sărbătorilor pascale (pregătirea coșului pascal)

❖ Participarea tinerilor la sfințirea blidului pascal

EVALUAREA PROIECTULUI:

❖ Portofoliu - lucrări practice realizate de elevi în timpul activităților;

❖ Expoziție de fotografii din timpul activităților;

❖ Expoziție cu obiecte de artă populară;

❖ Înregistrări audio-video din timpul derulării activităților.

CONCLUZII:

Tinerii sunt interesați cine sunt ca neam și ca bucovineni, cum au trăit bunicii lor, în ce au crezut și de ce, cu ce s-au îmbrăcat și cum au socializat și relaționat fără telefonie mobilă și internet. Marea dragoste pentru cultura românească, dorința de a păstra peste veacuri crâmpie din obiceiurile și tradițiile locale, dar și regretul că prea puțini mai sunt aceia care încearcă să transmită mai departe ceea ce este al nostru din străbuni, ne-au întărit convingerea să acordăm o atenție sporită elementelor tradiționale culturale, religioase, istorice, considerând că aceasta este o datorie și o răspundere morală.

Descrierea unor tradiții și obiceiuri în cadrul activităților propuse în proiect ne dă posibilitatea să înțelegem încercarea omului de a pătrunde în tainele naturii veșnice, de a și-o apropia, de a-și transforma anii vieții în ani de bucurie și speranțe. Elevii vor fi învățați să înțeleagă, să participe la manifestări specifice zonei, să dorească să le cunoască și să fie cei care le perpetuează. A accepta și practica ritualurile pascale înseamnă a descoperi izvoare de spiritualitate ce nu se află peste mări și țări, stăine tinerilor, ci se găsesc *aici și acum*, lesne de asimilat, proprii ființei. Din păcate, la școală sunt puține ore și activități prin care elevii iau cunoștință de datini și obiceiuri românești. Prin urmare, prin acest proiect, prin activitățile pe care le-am propus în cadrul lui, elevii implicați vor cunoaște specificul nostru românesc, prin redescoperirea tradițiilor și obiceiurilor românești, în vederea păstrării și prețuirii lor așa cum le-am moștenit de la strămoși de-a lungul timpului, căci prin ele nu ne vom pierde în negura vremurilor.



CALENDARUL ACTIVITĂȚILOR

Data	Activitatea	Forma de realizare
Februarie Martie 2012	Să ne informăm	Investigație sociologică prin metoda chestionarului;
Aprilie 2012	Diseminarea informațiilor privind proiectul <i>Spiritualitate și ritual în blidul pascal</i>	Publicitate în mass-media, distribuire de pliante, afișe;
Aprilie 2012 - iunie 2013	Meșteșuguri de artă populară	Preluarea meșteșugului modelării lemnului (<i>covata, donița, cofița, putina, cocirvă, lopată</i>) de la dulgherii Ursaciuc Gheorhge și Puha Ioan Vizită la țesătoarele Schipor Elisaveta și Prelipcean Ileana pentru a deprinde țesutul pânzei de casă, catrințelor, sumanelor și arta decorării acestora;
Iunie 2012	Cine știe mai multe despre ritualurile pascale	Concurs între elevii claselor a XI-a;
Decembrie 2011	Cină festivă	Organizarea unei cine festive la Hotelul <i>Gerald's</i> Rădăuți folosind doar produse autohtone;
Ianuarie 2012	Comunicare și comuniune posibilă încă	Prezentarea la postul de televiziune locală a unui montaj audio-vizual ce surprinde momente esențiale ale pregătirii și sfințirii blidului pascal;
Februarie 2013	Masă rotundă: antreprenori locali, elevi, cadre didactice, reprezentanți ai Primăriei Bilca și ai Consiliului Județean	Dezbateri cu tema: <i>Valorificarea resurselor locale în dezvoltarea agroturismului;</i>
Martie, 2013	Cultură și civilizație în România	Participarea la concursul <i>Cultură și civilizație în România</i>
Mai 2012, Mai 2013	Târgul firmelor de exercițiu	Inițierea unui proiect și participarea la târgurile firmelor exercițiu pentru elevii de liceu;
Iunie 2013	Român – european – identitate și apartenență	Seminarii interactive/discuții, dezbateri în cadrul orelor de dirigenție
Iulie 2013	Lansare de carte	Organizarea unui eveniment de lansare de carte cu titlul <i>Ritualuri și spiritualitate în Depresiunea Rădăuțului.</i>

La acest concurs, elevii și domnii profesori au obținut premiul I la etapa națională



SECȚIUNEA a II-a

**SIMULARE ÎN
EDUCAȚIA
ANTREPRENORIALĂ
A TINERILOR (CELE
MAI BUNE PRACTICI
DEZVOLTATE PRIN
PROIECTE
EUROPENE)**



2.1. FIRME DE EXERCİTIU ÎN TURISM „CLUB VOIAJ” ȘI CENTRUL DE INFORMARE ȘI MARKETING TURISTIC „BUCOVINA”

Conf.univ.dr. Alexandru-Mircea Nedelea
Universitatea „Ștefan cel Mare”
Suceava, România

Abstract

At Ștefan cel Mare University of Suceava there are two organizations where students receive practical training for working in tourism. The mission of Voyage Club (www.clubvoiaj.ro) and Bucovina Tourism Information Center (www.tourisminbucovina.ro) is to offer to the students, teachers and professors an efficient alternative for practice and obtaining experience in tourism. The members learn practical and entrepreneur knowledge and develop their abilities in: touristic marketing, touristic operations, ecotourism, tourism management etc.

Voyage Club offer a simulation for entrepreneurship in tourism. The students organizes trips, camps and holidays at the mountain and sea side. The offer is free of charge for students in financial difficulty that get involve in organizing and promoting the club activity. It also helps the students to get some training in travel agencies, hotels, touristic information centers;

The members receive a newsletter with information regarding jobs in tourism and opportunities in this market. This organization helps to find internships in tourism (travel agencies, hotels, tourism departments and tourism information centers) for students of Ștefan cel Mare University of Suceava and colleges, high schools that have a branch of our club.

Those two students organizations offer prizes to the best members. Students that win their contests can go in trips organized by the Voyage Club.

Bucovina Tourism Information Center creates and consolidate a database regarding all touristic activity in Bucovina: hotels, pensions, transport firms, tourism agencies, information points, attractions – information that are published on the website www.tourisminbucovina.ro

Both organizations are involved in organizing practice for the classes of touristic guides and tourism agents helping getting the license of touristic guide-agent.

These two organization sare interested in open working points in colleges, high schools and others.. They are willing to work with public institutions, firms and non-government organizations from all over the world.

1. Agenția de turism a studenților ClubVoiaj

În anul 2000, la Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică din cadrul Universității „Ștefan cel Mare” din Suceava s-a înființat organizația studențească Club Voiaj.

Misiunea asumată a fost și este de a oferi studenților acestei universități și elevilor din cadrul colegiilor, liceelor și școlilor (cu precădere membrilor Clubului de turism Voiaj și filialelor din cadrul instituțiilor de învățământ preuniversitar) o alternativă viabilă pentru practică, experiență în domeniul turismului și distracție pe măsură.



Membrii acestei firme-exercițiu dobândesc cunoștințe practice și își dezvoltă abilitățile de ghid și agent de turism în domenii de specialitate precum: Marketing turistic, Tehnica operațiunilor de turism, Ecoturism etc.

Printre activitățile acestei agenții de turism a studenților se numără:

- organizarea de excursii, sejururi, tabere și revelații la munte și la mare (se oferă reduceri și gratuități studenților cu venituri reduse care se implică în organizarea și promovarea activităților Clubului de turism Voiaj);
- facilitarea efectuării de către membrii Clubului Voiaj a unor stagii de pregătire practică în cadrul agențiilor de turism, unităților de cazare, centrelor de informare turistică (de exemplu, la punctele de informare turistică ale Univ. „Ștefan cel Mare” din Suceava, dar și la Centrul Național de Informare și Promovare Turistică Suceava);
- oferirea de informații cu privire la locurile de muncă disponibile în turism, tendințele și oportunitățile de pe piața turistică;
- facilitarea găsirii locurilor de practică în turism (agenții de turism, unități de cazare, centre de informare turistică) pentru studenții universității și pentru elevii de la colegiile ori liceele care au constituite filiale ale Clubului de turism Voiaj;
- oferirea de premii constând în circuite sau sejururi studenților care câștigă concursurile inițiate de Clubul de turism Voiaj și de alte organizații din universitate precum: Clubul de Marketing, Clubul de Studii Asiatice, Ordinul Voluntarilor;
- constituirea și consolidarea unei baze de date privind turismul din Bucovina: unități de cazare, societăți comerciale de transport, agenții de turism, centre de informare turistică, atracții - informații ce sunt disponibile pe pagina Centrului de informare și marketing turistic Bucovina www.tourisminbucovina.ro;
- implicarea în organizarea practicii în cadrul cursurilor de formare de ghizi și agenți de turism în vederea obținerii atestatului de ghid-agent de turism.

Această firmă-exercițiu în turism a reușit să organizeze circuite turistice, sejururi și tabere în țară, la munte și la mare la care au participat studenți, elevi și alte persoane interesate să călătorească sau să efectueze practică ca ghid de turism.



Clubul de turism Voiaj

MARKETING CLUB

EVADĂZĂ CU VOIAJ

Clubul VOIAJ
Organizează în perioada
24-30 AUGUST
vacanța mult așteptată!

CAZARE
280 LEI

LA TI PRIETENII SI
EVADĂZĂ CU VOIAJ

www.clubvoiaj.ro

CONTACT:
magopat.alina@gmail.com



Organizația a atras ca membri studenți, dar și elevi. Astfel, există un interes de a înființa filiale în cadrul colegiilor, liceelor, grupurilor școlare, școlilor și altor instituții. Există deschidere și în ceea ce privește colaborarea cu instituții publice, firme și organizații non-guvernamentale.

2. Centrul de informare și marketing turistic Bucovina

Fondatorii acestui centru sunt cadre didactice ale Facultății de Științe Economice și Administrație Publică, de la Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava. Este vorba de conf. univ. dr. Alexandru Nedelea (coordonatorul centrului), lector univ.dr. Iulian Condratov și lector univ.dr. Pavel Stanciu.

Membrii Centrului de informare și marketing turistic Bucovina au colaborat la conceperea Strategiei de dezvoltare și

promovare a turismului din Bucovina și a Strategiei de turism a municipiului Suceava. Aceste studii pot fi descărcate de pe pagina web a centrului www.tourisminbucovina.ro. Pe acest site pot fi găsite și alte studii cu privire la turismul din Bucovina.

Studenții de la Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava, prin programele de studii de licență Economia comerțului, turismului și serviciilor, Geografia turismului și de master Managementul firmelor de comerț, turism și servicii, Turism și dezvoltare regională, Planning New Tourism Products and Management Destination efectuează practica de specialitate în cadrul acestui centru.

Centrul de informare și marketing turistic Bucovina oferă:

- informații cu privire la obiectivele turistice din zonă, trasee, obiceiuri, meșteșuguri, calendarul acțiunilor culturale, muzee, case memoriale, mănăstiri și alte lăcașuri de cult, monumente și rezervații ale naturii, asociații turistice, agenții de turism, filme de prezentare a zonei, albume foto;
- servicii de promovare on-line a prestatorilor de servicii turistice din Bucovina;
- materiale promoționale și informative: CD-uri, hărți turistice, broșuri, pliante;
- informații despre posibilități de cazare și servire a mesei în hoteluri, cabane, pensiuni, vile, pensiuni agroturistice și gospodării țărănești;
- informații și instruire / training asupra modului de prestare a serviciilor în turism (Marketing turistic, Tehnica operațiunilor de turism, Ghid turistic, Agent de turism, Manager în turism);
- cărți de specialitate în turism: ghiduri practice de Marketing în turism, Tehnica operațiunilor de turism, Tehnici promoționale, Amenajarea turistică a teritoriului;
- concursuri cu premii legate de turism;
- studii de piață, planuri de marketing, studii de caz în turism;
- consultanță în turism.



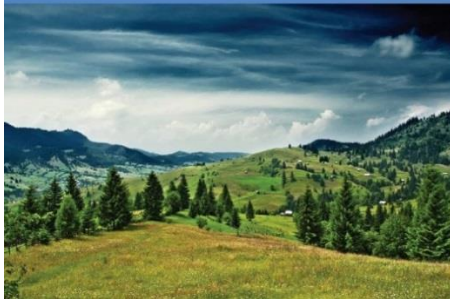
Centrul de informare si marketing turistic Bucovina

Asociatia de Cooperare Cultural - Educationala Suceava

BUCOVINA

tradiție curată

www.tourisminbucovina.ro



Vizitează România bunicilor tăi!

BUCOVINA

arta traiului frumos

www.tourisminbucovina.ro



Centrul de informare si marketing turistic Bucovina

Asociatia de Cooperare Cultural - Educationala Suceava



2.2 DEZVOLTARE PROFESIONALĂ PRIN METODE INTERACTIVE – FIRMA DE EXERCİȚIU

Prof. Matipuc Viorela Emilia
prof. Hagiu Luminița
Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir”
Suceava, România

Abstract

Group interactive methods are modern ways to stimulate learning and personal development since the early ages, they also are teaching tools that foster interchange of ideas, experiences and knowledge. Interactivity means, learning through communication, collaboration, exchange of ideas, opinions and constructive arguments, it creates situations that are centered on learning readiness and children's willingness to cooperate inside micro-groups and interact with members from other groups.

The implementation of these modern teaching instruments involves an accumulation of quality and availability of the teacher: receptivity to new things, adapting teaching style, outreach, desire for self-improvement, reflective thinking and modern creativity, great flexibility in views.

*All studies show that learning comes from exercise, in other words putting into practice what we have learned in order to, for example, answer questions. This leads students to process the information and give it a sense. This process is called '**constructivism**'.*

*The '**Exercise Firm**' is a modern learning method and an interactive one, which aims to develop entrepreneurship, a modern integration and application of interdisciplinary knowledge, an approach that ensures the conditions for testing and deepen practical skills acquired by students in training. Understanding and applying the concept ("exercise firm") optimally will help the student to learn in a more active way, by practicing his knowledge like in a real firm. This activity will help his transition from school to work.*

Students from exercise firms work, leads to acquiring necessary skills for a successful activity transitions from school to an active life.

Through these exercise firms, the school has the opportunity to enter into partnerships in various fields. Partner companies (of the training firm) will be able to come into direct contact with their future employees or future business partners, and will help develop the skills and competencies needed in the labor market.

Like in real life, the exercise firm is structured in several departments, covering all that is needed in a real firm. Students will be assigned to posts in specific departments: administrative, human resources, marketing, trading, developing their specific activities.

Metodele interactive de grup sunt modalități moderne de stimulare a învățării și dezvoltării personale încă de la vârstele timpurii, sunt instrumente didactice care favorizează interschimbul de idei, de experiențe, de cunoștințe. Interactivitatea presupune o învățare prin comunicare, prin colaborare, produce o confruntare de idei, opinii și argumente, creează situații de învățare centrate pe disponibilitatea și dorința de cooperare a copiilor, pe implicarea lor directă și activă, pe influența reciprocă din interiorul microgrupurilor și interacțiunea socială a membrilor unui grup.



Implementarea acestor instrumente didactice moderne presupune un cumul de calități și disponibilități din partea cadrului didactic: receptivitate la nou, adaptarea stilului didactic, mobilizare, dorință de autoperfecționare, gândire reflexivă și modernă, creativitate, inteligența de a accepta noul și o mare flexibilitate în concepții.

Toate studiile arată că învățarea vine în urma exercițiului, adică punând în practică ceea ce am învățat pentru a putea, de exemplu, răspunde la întrebări. Acest lucru îi determină pe elevi să prelucreze informația și să îi confere un sens găsit de ei. Acest proces este numit “**constructivism**”.

Firma de exercițiu este o metodă didactică modernă și interactivă, care are drept scop dezvoltarea spiritului antreprenorial, o concepție modernă de integrare și de aplicare interdisciplinară a cunoștințelor, o abordare care asigură condiții pentru probarea și aprofundarea practică a competențelor dobândite de elevi în pregătirea profesională. Înțelegerea și aplicarea în mod optim a conceptului „firma de exercițiu” îi va putea oferi elevului o învățare activă, bazată pe practică, facilitându-i acestuia trecerea de la școală la viața activă.

Activitatea elevilor din firmele de exercițiu duce la dobândirea de competențe necesare unei treceri de succes de la activitatea de pe băncile școlii la o viață activă în care acestea vor fi valorificate.

Prin firma de exercițiu, școala are oportunitatea de a încheia parteneriate în diverse domenii. Firmele partenere ale firmelor de exercițiu vor avea ocazia să intre în contact direct cu viitorii angajați sau viitorii parteneri de afaceri și vor contribui la dezvoltarea acelor abilități și competente necesare pe piața muncii.

La fel ca și în activitatea reală o firmă de exercițiu este structurată pe mai multe departamente, imaginate să acopere toate necesitățile profilului său. Elevii vor fi repartizați pe posturi în cadrul departamentului secretariat, resurse umane, marketing, comercial, desfășurând activități specifice acestora.

PROIECT DIDACTIC

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

Profesori: Matipiuc Viorela Emilia, Hagi Luminița

Modulele: M 2 Planificare operațională, M3 Organizarea resurselor umane

Unitatea de competență: UC11 Planificare operațională, UC12 Resurse umane

Tema: Înființarea firmei de exercițiu. Etapele derulării activităților firmei de exercițiu

Tipul lecției: formare de priceperi și deprinderi

Calificarea profesională: tehnician în activități economice

Durata lecției: 100 minute

Scopul întregii sesiuni: simularea operațiunilor și proceselor economice specifice mediului real de afaceri

Competențe specifice: C1 Analizează structura organizatorică a unității economice, C1 Planifică necesarul de resurse umane, C2 Analizează mediul de recrutare și selecție



Competențe cheie: spirit antreprenorial, abilități de lucru în echipă, flexibilitate, asumarea responsabilității, aplicare în practică a cunoștințelor teoretice.

Competențe generale dezvoltate prin activitatea în firma de exercițiu: formarea comportamentelor profesionale, de comunicare și sociale

necesare într-un sistem al economiei de piață.

Obiective operaționale:

La sfârșitul activității, elevii vor fi capabili:

- O1: să precizeze etapele înființării firmei de exercițiu
- O2: să completeze documentele necesare pentru validarea firmei de exercițiu
- O3: să aplice procedura de angajare pentru posturile din firma de exercițiu
- O4: să deruleze tranzacții comerciale cu parteneri interni și externi

Metode folosite: firma de exercițiu, conversația, observația, problematizarea, demonstrația, organizatorul grafic

Mijloace didactice: calculatoare, flipchart, fișe de evaluare, fișe de documentare, markere, postit-uri

Forma de organizare a activității: pe echipe, frontal

Bibliografie: manual Planificare operațională, clasa a XI a, editura Oscar Print, Organizarea resurselor umane, clasa a XI a, editura Oscar Print, Ghidul firmelor de exercițiu



Mp	Scopul predării	Strategia de predare (activitățile profesorului)	Strategii de învățare (activitățile elevilor)	Stiluri de învățare			Resurse
				V	A	P	
3 min	1. Generarea entuziasmului și a interesului	<p>Organizarea clasei</p> <p>Organizează clasa pentru lecție. Face prezența. Atenționează elevii asupra modului de desfășurare a lecției.</p>	<p>Elevii se pregătes pentru lecție.</p> <p>Anunță absenții.</p>		X		
		<p>Exercițiul de spargere a gheții</p> <p>Profesorul solicită elevilor să formeze o propoziție/frază care să conțină cuvinte care încep cu aceeași literă.</p> <p>Anunțarea subiectului</p> <p>Profesorul prezintă modul de desfășurare a lecției.</p> <p>Enunțarea obiectivelor lecției</p>	<p>Ascultă explicațiile profesorului.</p> <p>Realizează jocul propus.</p> <p>Elevii sunt atenți la obiectivele operaționale propuse de profesor.</p>	X	X	X	Prezentare Power Point
17 min	2. Reactualizarea cunoștințelor dobândite anterior	<p>Profesorul solicită elevilor să prezinte succint informațiile teoretice necesare în derularea activităților practice și dirijează discuțiile cu elevii pe bază de întrebări privind înființarea firmei de exercițiu.</p>	<p>Elevii realizează o schemă cu etapele care trebuie parcurse în înființarea unei firme de exercițiu.</p>	X	X	X	Flipchart



Mp	Scopul predării	Strategia de predare (activitățile profesorului)	Strategii de învățare (activitățile elevilor)	Stiluri de învățare			Resurse
				V	A	P	
70 min	3. Dezvoltarea lucrului în echipă și a abilităților de comunicare	<p>Profesorul solicită elevilor să se grupeze în cele 5 echipe constituite cu o oră înainte, trasând fiecărei echipe sarcini precise de rezolvat:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Echipa nr.1 va stabili coordonatele noii firme de exercițiu și va realiza cererea de rezervare denumire firmă de exercițiu ✓ Echipa nr. 2 va înregistra firma de exercițiu pe platforma ROCT, completând formularul de înregistrare. ✓ Echipa nr. 3 va completa documentele necesare pentru validarea firmei de exercițiu: act constitutiv, cerere de eliberare a cazierului fiscal, contract de închiriere, specimen de semnături, formular pentru deschidere cont, declarație privind autorizarea funcționării. ✓ Echipa nr. 4 va simula procedura de angajare pentru posturile din firma de exercițiu ✓ Echipa nr. 5 va întocmi documentele de angajare <p>Profesorul precizează timpul de lucru în echipă: 35 minute și timpul alocat prezentării sarcinilor de lucru pentru fiecare echipă: 25 minute.</p> <p>Profesorul împarte fiecărei grupe fișe de evaluare prin care va fi analizată prestația fiecărei echipe pe parcursul prezentării.</p>	<p>Elevii se grupează pe echipe.</p> <p>Elevii ascultă explicațiile profesorului și își asumă responsabilități în derularea activităților privind înființarea firmei de exercițiu.</p> <p>Pentru a fi stimulată activitatea elevilor aceștia vor putea viziona slide-uri sugestive legate de sarcinile alocate.</p>	X		X	<p>Fișe de documentare</p> <p>Fișe de evaluare a prestației fiecărei grupe</p> <p>Prezentare PPT</p>



Mp	Scopul predării	Strategia de predare (activitățile profesorului)	Strategii de învățare (activitățile elevilor)	Stiluri de învățare			Resurse
				V	A	P	
10 min	3. Analiza și evaluarea învățării	<p>Realizarea feed-back-ului</p> <p>Evaluarea învățării se va realiza prin prezentarea fișelor de evaluare completate de fiecare grupă pe parcursul activității.</p> <p>Profesorul trage concluzii cu privire la prestația elevilor și îi notează.</p>	<p>Elevii exemplifică fiecare element din fișa de evaluare și fac comentarii cu privire la prestația colegilor.</p>	X	X	X	Fișe de evaluare
		<p>Temă acasă</p> <p>Realizați organigrama firmei de exercițiu.</p>	<p>Elevii sunt atenți la explicațiile profesorului și își notează tema acasă.</p>		X		



2.3. REZULTATELE PROIECTULUI „ÎNVAȚĂ CU NOI SĂ DEVII ANTREPRENOR!”, POSDRU/175/2.1/S/149602

Prof. Bucur Rodica
Colegiul Economic “Virgil Madgearu”
Ploiești, județul Prahova, România

Abstract

Between 11th of February 2015- 10th of December 2015, “VIRGIL MADGEARU” ECONOMIC COLLEGE took part in the project “LEARN WITH US TO BECOME AN ENTREPRENEUR”, POSDRU/175/2.1/S/149602, along with “ION GHICA” ECONOMIC COLLEGE from TÂRGOVIȘTE, “CAROL I” COMMERCIAL COLLEGE from CONSTANTA, “ION GHICA” ECONOMIC COLLEGE from BRAILA (as partners) and THE EURO BRAILA SM ASSOCIATION (as applicant). The project was co-financed from the European Social Fund through the „The Development of „Human Resource Sectorial Operational Programme called “Invest in people!” 2007-2013, The Priority Axis 2 – “The lifelong correlation of learning with the labor market”, The Major Field of Intervention 2.1 – “The transition from school to active life”.

The project focused on activities performed by students through the innovative method – Training firm. The training firm develops entrepreneurial skills, creativity and forms relevant abilities about the first job, ensures the improving awareness of entrepreneurship, IT, online transactions. This way, school becomes more attractive, which determines the reduction of school dropouts.

The general objective of the project was: growing opportunities for students following secondary school (ISCED 3); 11th and 12th grade, belonging to the high schools in the south-east of the country and the southern regions of Muntenia, in the urban and rural environment by the use of the inovative methods of the “training firms”, in order to facilitate their transition from school to active life.

During the 10 months of implementation, 1305 students from technological and theoretical high schools in Brăila, Galați, Constanța, Tulcea, Vrancea, Buzău, Ialomița, Dâmbovița, Teleorman, Prahova, Călărași, Argeș and Giurgiu counties benefited of support in the transition from school to active life through the participation in career counselling activities, modern education activities through the interactive method “Training firm” and by offering monthly grants.

Personally, I was the coordinating teacher of the following training firms: TF Cookiejar Ltd, TF View Point Ltd and TF Royal Garden Design Ltd, in the mentioned project. I had the pleasure to work with particularly enthusiastic and very involved students, students who came from the mathematics and informatics real profile, from “Virgil Madgearu” Economic College and “Ion Luca Caragiale” National College, Ploiesti. For these students, the participation in this project meant something new, an opportunity which, just as they said, “couldn’t be missed”. It was a challenge for the computer science students to test their entrepreneurial abilities. Ever since the selection period when I went to their classroom/school, I felt how the idea of learning ways to start their own business has attracted many of them.

While participating in the training firms sessions, the students learned to prepare the documents for the establishment of the company, to prepare a business plan and a job description or to complete a labor contract. They learned to determine an employee’s net salary, to record events and transactions in accounting books by means of an accounting program and to draw final financial statements of the company. All these were absolutely new concepts for them. Learning the language



of business, acquiring negotiating skills, attending their first job interview have been taught as advantages of great benefit for the future. Throughout the project development, students have mobilized to perform all tasks in superior conditions, have supported each other and have been continuously motivated. Realizing the promotional materials of the training firm and the web page highlighted the students' creativity and contributed to the improvement of their ICT skills.

The activities of the project allowed the students to take responsibility for their actions or decisions they have made as related to the training firm. They learned to solve problems that resulted during the course of the company, problems that have not been found in textbooks.

This way, they have mastered key skills such as the ability to work in teams, interdisciplinary thinking, communication skills and institutional relationships. Moreover, they formed their professional skills, necessary to the labor market flexibility. Some students even have discovered an affinity for a particular job.

The obtained competences that may reduce the period of adaptability at work, getting familiar with the tasks included in the job description, which is beneficial both for employers and for prospective employees.

Attending counselling sessions has proven their excitement about some notions they had never before had in mind.

Students enrolled in the project paid special attention to the Training Firms Fair, held within the project at Braila, Targoviste, Ploiesti and Constanta. They motivated each other and participated with interest in the competition "The best business idea!", which aimed at developing entrepreneurship and competitive students. They behaved as true businessmen and tested their skills as negotiators.

By organizing fairs of Training Firms, the proposed targets were strengthening communication skills of students through involvement in activities to promote their own businesses, stepping up towards the cooperation with the exhibited training firms, by providing a framework for carrying out transactions among them and promoting the concept of firm exercise beyond the project, strengthening collaboration between training firm and parent company / partner company, involvement in the training firm's activities and also exercise in the training of young entrepreneurs.

Students' participation in the project "LEARN WITH US TO BECOME AN ENTREPRENEUR!" has brought many benefits: they had a chance to become familiar with the specific activities of a real company, they have perfected the language of business and have developed skills and attitudes necessary to a dynamic entrepreneur, they could also identify what profession they would be fit for in the future.

The results obtained by my students at the Regional Fair Of Training Firms in Ploiesti: Prize II for TF View Point Ltd and Mention for TF Royal Garden Design Ltd and TF Cookiejar Ltd, showed that students developed their entrepreneurial, social and personal skills that will help them later in school activities and in an easier transition from school to active life.

Overall, the results of the "LEARN WITH US TO BECOME AN ENTREPRENEUR!" project were:

- 1305 students assisted in the transition from school to work.*
- 1305 students benefiting of career counselling services.*
- 130 training firms established and registered with the ROCT Central.*
- 130 partnerships between training firms and firms that have provided real support for the entire period of the activities.*
- 4 fairs dedicated to training firms organized in Braila, Targoviste, Ploiesti, Constanta.*
- 4 seminars organized in Braila, Targoviste, Ploiesti, Constanta in order to raise public awareness of the role of training firms in the employability of students on the labor market.*
- 1 public awareness campaign on students' transition from school to work.*
- 1 web platform developed for activities training firms.*



The project has been developed into an opportunity for us, teachers, who went through a process of exchange of good practice between schools and in terms of active involvement of business agents, state institutions in activities aimed at students` professional training and at their integration on the labor market. It also created prerequisites for business development through local entrepreneurship and by starting some real business in the future.

În perioada 11.02.2015 – 10.12.2015, COLEGIUL ECONOMIC “VIRGIL MADGEARU”, MUNICIPIUL PLOIEȘTI (Partener 3), a participat, în parteneriat cu COLEGIUL ECONOMIC „ION GHICA” TÂRGOVIȘTE (Partener 1), COLEGIUL COMERCIAL „CAROL I” CONSTANȚA (Partener 2), COLEGIUL ECONOMIC „ION GHICA” BRĂILA (Partener 4) și ASOCIAȚIA EURO BRĂILA SM (în calitate de solicitant) în cadrul proiectului „ÎNVAȚĂ CU NOI SĂ DEVII ANTREPRENOR!”, POSDRU/175/2.1/S/149602. Proiectul a fost cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013 „Investește în oameni!”, Axa Prioritară 2 – „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”, Domeniul Major de Intervenție 2.1 – „Tranziția de la școală la viața activă”.

Managerul proiectului a fost Dan Mircea Cristian, de la ASOCIAȚIA EURO BRĂILA SM, iar la nivelul partenerului P3 (COLEGIUL ECONOMIC “VIRGIL MADGEARU”, MUNICIPIUL PLOIEȘTI), coordonator proiect: prof. ing. Dragomir Petrica, coordonatori firma de exercițiu: prof. Bucur Rodica, prof. Lupu Simona și prof. Buliga Eugenia, secretar Apostol Aurelia, contabil Crăciun Gabriela.

Proiectul a avut la bază activități desfășurate de elevi prin metoda inovatoare - Firmă de exercițiu. Firma de exercițiu, dezvoltă competențele antreprenoriale, creativitatea și formează abilități relevante despre primul loc de muncă, asigură aprofundarea cunoștințelor în antreprenoriat, IT, tranzacții online. Școala devine astfel mai atractivă, fapt ce determină reducerea abandonului școlar.

Obiectivul general al proiectului a fost: creșterea șanselor de ocupare ale elevilor învățământului secundar (ISCED 3), clasa XI/XII, aparținând liceelor din regiunile Sud-Est și Sud-Muntenia, mediul urban și rural prin utilizarea metodelor inovative de tip „firme de exercițiu”, în scopul facilitării tranziției acestora de la școală la viața activă.

Pe parcursul celor zece luni de implementare, 1305 elevi din licee tehnologice și teoretice, județele Brăila, Galați, Constanța, Tulcea, Vrancea, Buzău, Ialomița, Dâmbovița, Teleorman, Prahova, Călărași, Argeș și Giurgiu au beneficiat de sprijin în tranziția de la școală la viața activă prin participarea la activități de consiliere în carieră, activități de instruire moderne prin metoda interactivă „Firma de exercițiu” și prin oferirea unei subvenții lunare.

Activitățile desfășurate în FE au fost următoarele:

- Identificarea ideii de afacere, viabilitatea pe piața virtuală
- Stabilirea cadrului de desfășurare a activităților comune FE și firma reală (identificarea firmei reale, prezentarea conceptului, semnarea acordului de parteneriat între școală și firma reală, planificarea activităților comune).
- Înființarea și înmatricularea FE pe ROCT și pe platforma web a proiectului.
- Organizarea structurală și procesuală a FE
- Realizarea planului de afacere inițial al FE
- Selecția și recrutarea de personal
- Motivarea angajaților în FE
- Crearea identității vizuale a FE
- Realizarea ofertelor de produse/servicii
- Rotația posturilor
- Promovarea imaginii FE
- Tranzacționarea pe piața FE
- Întocmirea situațiilor financiare ale FE

- Participarea la evenimente speciale în FE- târgurile FE.

Personal, am fost profesor coordonator al firmelor de exercițiu: FE Cookiejar SRL (obiect de activitate: comerț cu amănuntul al pâinii, produselor de patiserie și produselor zaharoase, în magazine specializate), FE View Point SRL (obiect de activitate: activități ale agenților de publicitate) și FE Royal Garden Design SRL (obiect de activitate: activități de arhitectură), în cadrul proiectului menționat. Am avut deosebită plăcere să lucrez cu elevi deosebiți, entuziaști și foarte implicați, elevi care veneau de la profilul real, matematică-informatică, de la Colegiul Economic “Virgil Madgearu” Ploiești și de la Colegiul Național „Ion Luca Caragiale” Ploiești. Pentru acești elevi, participarea în cadrul proiectului, a reprezentat ceva inedit, o oportunitate, care, așa cum au apreciat chiar ei, „nu putea fi ratată”. A fost o provocare pentru elevii informaticieni să își testeze abilitățile antreprenoriale. Încă din perioada de selecție, când am mers pentru prima oară în clasa/scoala din care făceau parte, am simțit cum ideea de învăța să își deschidă propria afacere i-a cucerit pe loc, pe foarte mulți dintre ei.

Participând la ședințele firmelor de exercițiu, elevii au învățat să-și întocmească documentele de înființare a firmei, să întocmească un plan de afaceri, să întocmească o fișă de post, sau să completeze un contract de muncă. Au învățat să determine salariului net al unui angajat, să înregistreze evenimentele și tranzacțiile în contabilitate cu ajutorul unui program de contabilitate și să întocmească situațiile financiare finale ale firmei. Toate acestea, au reprezentat pentru ei noțiuni absolut noi. Deprinderea cu limbajul de afaceri, dobândirea abilităților de negociere, participarea la primul lor interviu pentru angajare, s-au constituit în avantaje de un real folos în viitor.

Pe toată perioada derulării proiectului, elevii s-au mobilizat pentru realizarea în condiții superioare a tuturor sarcinilor, s-au susținut reciproc și s-au motivat continuu.

Realizarea materialelor promoționale ale firmei de exercițiu și a paginii web, au scos în evidență creativitatea elevilor și au contribuit la perfecționarea abilităților din domeniul TIC.

Activitățile desfășurate de elevi în cadrul proiectului, le-a permis acestora asumarea de responsabilități pentru acțiunile sau deciziile pe care le-au luat în legătură cu firma de exercițiu. Au învățat să rezolve probleme ce apar pe parcursul activității în firmă, probleme cu care nu s-au întâlnit în manualele școlare.

Astfel, și-au însușit competențe cheie, cum ar fi capacitatea de a lucra în echipă, gândire interdisciplinară, competențe de comunicare și relaționare instituțională. Mai mult de atât, și-au format abilități profesionale, o flexibilitate necesară pe piața muncii. Unii elevi, chiar și-au descoperit o afinitate față de un anumit loc de muncă. Competențele obținute pot determina reducerea perioadei de acomodare la locul de muncă, familiarizarea cu sarcinile înscrise în fișa postului, lucru benefic atât pentru angajatori cât și pentru viitorii angajați.

Participând la ședințele de consiliere s-au arătat încântați de aflarea multor profesii de care practic nu știau sau pe care nu le avuseseră în vedere niciodată. În cadrul orelor de consiliere în carieră elevii din grupul țintă au întâlnit echipe de profesioniști care au ascultat, au analizat și testat capacitățile intelectuale ale acestora, generând un profil psihologic al fiecăruia. Împreună au căutat soluții care să se potrivească capacităților lor psiho-profesionale.

Ședințele de consiliere individuală s-au realizat prin aplicarea chestionarului de Interese Vocaționale Jackson (JVIS, Jackson Vocational Interest Survey), care au oferit elevilor din cadrul proiectului „Învăță cu noi să devii antreprenor” POSDRU/175/2.1/S/149602, posibilitatea ca înainte de a lua o decizie asupra viitoarei cariere, să își identifice și cunoască interesele personale. Elevilor le-au fost prezentate profile de interese vocaționale în scopul clarificării domeniilor de activitate în care doresc să activeze în viitor, cât și în scopul înțelegerii necesității deținerii abilităților specifice pentru realizarea planului de carieră.

Astfel, prin activități de consiliere, elevii au fost ajutați să își dezvolte cunoștințele și deprinderile de care au nevoie în lumea reală, să se cunoască mai bine, să aibă încredere în ei și să-și aleagă drumul corect în viață. S-au creat premisele favorabile pentru elevi, în vederea integrării lor sociale, diminuarea impvizibilității sau a hazardului în alegerea carierei.

Elevii înscriși în proiect au acordat o atenție deosebită Târgurilor Firmelor de Exercițiu, desfășurate în cadrul proiectului la Brăila, Târgoviște, Ploiești și Constanța. Ei s-au motivat reciproc și au participat cu interes la concursul: „Cea mai bună idee de afacere!”, care a avut ca scop dezvoltarea spiritului antreprenorial și competițional al elevilor. S-au comportat ca adevărați oameni de afaceri și și-au testat abilitățile de negociator.

Prin organizarea Târgurilor Firmelor de Exercițiu s-a urmărit consolidarea abilităților de comunicare ale elevilor prin implicarea în activități de promovare a propriilor firme, intensificarea relațiilor de colaborare între firmele de exercițiu expozante prin crearea unui cadru propice derulării de tranzacții între acestea dar și promovarea conceptului de firmă de exercițiu dincolo de granițele proiectului, întărirea colaborării dintre firma de exercițiu și firma mamă/parteneră, implicarea acesteia în activitățile firmei de exercițiu și totodată în formarea tinerilor întreprinzători.

Participarea elevilor în cadrul proiectului „ÎNVAȚĂ CU NOI SĂ DEVII ANTREPRENOR!”, le-a adus numeroase beneficii: au avut șansa de a se familiariza cu activitățile specifice unei firme reale, și-au perfecționat limbajul de afaceri, și-au dezvoltat competențe și atitudini necesare unui întreprinzător dinamic, au putut identifica ce profesie li s-ar potrivi pentru viitor.

Rezultatele obținute de elevii mei la Târgul Regional al Firmelor de Exercițiu de la Ploiești Premiul al II-lea FE View Point SRL și Mențiune: FE Royal Garden Design SRL și FE Cookiejar SRL, au demonstrat că elevii și-au dezvoltat competențe antreprenoriale, sociale și personale care îi vor ajuta mai departe în activitatea școlară și în tranziția mai ușoară de la școală la viața activă.



Prin proiectul Posdru „ÎNVAȚĂ CU NOI SĂ DEVII ANTREPRENOR!”, laboratorul firmelor de exercițiu al Colegiului Economic „Virgil Madgearu” Ploiești, a fost dotat cu zece



calculatoare, o imprimantă și trei laptopuri. Utilizarea în viitor a infrastructurii create prin proiect privind firmele de exercițiu, va face posibilă continuarea și îmbunătățirea rezultatelor obținute prin activitatea de firmă de exercițiu la nivelul întregului județ și dezvoltarea unei culturi antreprenoriale la nivel local. În laboratoarele FE nou create, noi generații de elevi sunt așteptate pentru a se bucura de o experiență unică cu reale beneficii atât în plan personal, cât și în carieră. Formarea de noi prietenii, îmbunătățirea abilităților de comunicare și lucrul în echipă, dezvoltarea creativității și a spiritului antreprenorial sunt doar câteva din beneficiile pe care activitatea de pregătire în firma de exercițiu le poate aduce unui elev.

Pe ansamblu, rezultatele proiectului „ÎNVAȚĂ CU NOI SĂ DEVII ANTREPRENOR!” au fost:

- 1305 elevi asistați în tranziția de la școală la viața activă.
- 1305 elevi beneficiari ai serviciilor de consiliere în carieră.
- 130 de firme de exercițiu înființate și înregistrate la Centrala ROCT.
- 130 de parteneriate încheiate între firmele de exercițiu și firmele reale care au asigurat suport pe toată perioada derulării activităților.
- 4 târguri dedicate firmelor de exercițiu, organizate la Brăila, Târgoviște, Ploiești, Constanța.
- 4 seminarii organizate la Brăila, Târgoviște, Ploiești, Constanța în scopul conștientizării opiniei publice privind rolul firmelor de exercițiu în procesul de inserție al elevilor pe piața muncii.
- 1 campanie de conștientizare a opiniei publice privind tranziția elevilor de la școală la viața activă.
- 1 platformă web dezvoltată pentru activitățile firmelor de exercițiu.

Proiectul s-a constituit într-o oportunitate atât pentru noi, cadrele didactice, care am parcurs un proces de schimb de bune practici între școli, cât și în ceea ce privește implicarea mai activă a agenților economici, instituțiilor statului în activități care vizează pregătirea profesională a elevilor și integrarea lor pe piața muncii. S-au creat totodată, premisele dezvoltării mediului de afaceri prin antreprenariat autohton și ale inițierii unor afaceri reale în viitor.



SECTIUNEA a III-a

Succesul antreprenorial în secolul XXI



3.1. EXPERIENȚĂ ANTREPRENORIALĂ PE PIAȚA EUROPEANĂ

**Echipa de proiect Erasmus+ KA1 “O șansă pentru viitor”
Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir”
Suceava, România**

Abstract

In our School Action Plan for the years 2013 – 2016 there are mentioned the strategic aims, such as training the work force in accordance with the requests of the European labor market, one of the priorities being training students for an open society, for the economy of the future and active citizenship, in order to integrate in an united Europe. Nowadays, in vocational high schools there is an increased request to focus learning economic subjects on the practical aspects of the local, national and European market (in areas such as tourism, public alimentation, commerce).

Thus, the project aims at developing and improving the practical skills specific for our students' qualifications: technician in economic activities, technician in administration, and technician in commerce fourth level, facilitating their personal and professional development, their access on the European labor market and organizing an exchange where Romanian teachers can share experiences in order to adjust the monitoring, assessment and certification instruments used during the students' practice training.

The project meets the need of the participants, both students and teachers, to know and experiment the way in which schools, firms and local community collaborate to organize the students' practice training at international level. The 17 teachers who will participate in the mobility activities are all coordinators of the students' practice training in our school and members of the curricular area Technologies; they are experienced in certificating professional competences through the coordination of their specialization projects for the qualification levels 4 and 4+. The 64 beneficiary students will be organized in 4 flows, according to their qualification: 32 students qualifying as technicians in economic activities, 16 students qualifying as technicians in tourism and 16 students qualifying as technicians in gastronomy. Presently, their practical training is organized according to the Training Firm model, where they replicate all the activities performed in a real firm, in the public alimentation laboratories, and the tourism lab, the reception of the school hostel, the travel agency Junior. During the selection process, students from rural communities will be encouraged to participate, since they represent the majority in our school (around 70%), and they don't have frequent access to economic, tourism and alimentation unities as consumers or practicing students.

The main activities to be organized during the teachers' flow will be debates, round table discussions, job shadowing, workshops and will be centered on problems regarding the procedures and quality of practice periods and on signing and managing the practice contracts. During the four student flows there will be practical activities organized at various economic agents, according to the students' qualifications (travel agencies, restaurants, commerce and service firms), monitored by a tutor designated by the partners.

The expected results are: creating and developing practical skills and abilities validated through the Mobility Pass certificate for the 64 students; creating a practice diary for each qualification and student; 17 participating teachers with improved professional skills in areas like economy, tourism and public alimentation, able to coordinate practice trainings in an international context and to use new strategies to improve communication with the partner firms; designing an



interactive website with international impact www.sansapentruviitor.com; creating a Support Guide for the teachers who coordinate practice trainings.

Taking part in the project, both students and teachers will develop their ability to relate and adjust to new working environments; they will efficiently use their professional skills by quickly putting them into practice and thus developing their professional conduct at European standards. On a local, regional and international level there will be an increase in the integration degree of the participants on the international labor market in accordance with the qualifications they have trained for.

În perioada septembrie 2015 – august 2017, la Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava se derulează proiectul ERASMUS+ KA1, acțiunea cheie Learning mobility of individuals - Mobility of learners and staff, tipul acțiunii VET learner and staff mobility, cu titlul **“O șansă pentru viitor”**, cu numărul de înregistrare 2015-1-RO01-KA102-014528.

Proiectul vizează actualizarea și îmbunătățirea metodelor și practicilor inovatoare în domeniul formării profesionale inițiale și dezvoltării profesionale a cadrelor didactice și formarea competențelor cheie și tehnice necesare absolvenților la locul de muncă în vederea adaptării la schimbările survenite în contextul socio-economic național și internațional.

Proiectul vine în întâmpinarea nevoii exprimate de elevii și profesorii colegiului de a cunoaște și experimenta modalitățile de colaborare dintre școli, întreprinderi și comunitatea locală în ceea ce privește desfășurarea stagiilor de practică în cadrul calificărilor Tehnician în activități economice, Tehnician în comerț, Tehnician în turism și Tehnician în gastronomie la nivel internațional.

Obiectivul general al proiectului este promovarea inserției profesionale, a competitivității, a creativității și a spiritului antreprenorial în vederea îmbunătățirii ofertei educaționale în formarea profesională inițială din învățământul profesional și tehnic și este corelat cu prioritatea Anului European pentru Dezvoltare 2015 “Lumea noastră, demnitatea noastră, viitorul nostru”.

Ca atare, 17 profesori din catedra Tehnologii și 64 de elevi care studiază în cadrul calificărilor Tehnician în activități economice, Tehnician în comerț, Tehnician în turism și Tehnician în gastronomie, împărțiți pe 4 fluxuri fiecare, vor participa la stagii de formare de 5 zile, respectiv job shadowing de 10 zile, după cum urmează:

Stagii de formare profesori (5 zile):

- 5 profesori – Valencia, Spania (noiembrie 2015)
- 4 profesori – Braga, Portugalia (aprilie 2016)
- 4 profesori – Attard, Malta (noiembrie 2016)
- 4 profesori – Brescia, Italia (noiembrie 2016)

Job shadowing elevi (10 zile):

- 16 elevi de la calificarea Tehnician în turism – Valencia, Spania (iunie 2016)
- 16 elevi de la calificarea Tehnician în activități economice – Braga, Portugalia (iunie 2016)
- 16 elevi de la calificarea Tehnician în gastronomie – Brescia, Italia (martie 2017)
- 16 elevi de la calificarea Tehnician în activități economice – Attard, Malta (martie 2017)

Organizațiile partenere sunt: “Tempo Libero” din Brescia, Italia, “ESMOVIA” din Valencia, Spania, “Aplica Propostalda (Braga mob)” din Braga, Portugalia și “Stage Malta” din Attard, Malta. Aceste organizații oferă servicii de consultanță și formare profesională la standarde internaționale, având competențe în evaluarea și validarea stagiilor de practică și de formare.

Stagiul de formare la care au participat cei 5 profesori care predau discipline de turism (Hagiu Luminița, Vranciu Livia Elena, Trufin Eugenia, Sfichi Florentina Elena, Mațpiuc Viorela Emilia), în noiembrie 2015, a fost structurat în 5 zile, 8 ore pe zi și a presupus un permanent schimb de bune practici cu profesorii și agenții economici din Spania pentru a ajusta instrumentele de monitorizare, evaluare și certificare utilizate în cadrul modulelor de practică comasată – „Bucătărie regională”, „Bucătărie națională și internațională”, „Operațiuni tehnice în agenția de turism”, „Relații în agenția



de turism” (module de practică comasată la clasele a X – XI – XII – calificarea Tehnician în turism), după cum urmează:

- ✓ Prezentarea organizațiilor partener: structură, specific, staff și a așteptărilor participanților de la această mobilitate.
- ✓ Activități la sediul partenerilor: PAX Instituto Tecnico Profesional, Escuela Profesional Xavier, Altaviana school
- ✓ Mese rotunde și dezbateri pe teme: „Procedura de desfășurare a stagiilor de practică”, „Contractul de practică școală – elev – agent economic”, „Dezvoltarea competențelor sociale la elevi prin intermediul stagiilor de practică”, dezbateri pe tema securității la locul de muncă a elevilor care desfășoară stagii de practică la agentul economic.
- ✓ Prezentări realizate de parteneri pe teme: „Colaborarea cu agenții economici în vederea desfășurării stagiilor de practică a elevilor”, “Rolul și responsabilitățile partenerilor de practică – școală – agent economic – elev”, „Învățarea prin practică”.
- ✓ Asistențe la activități de formare privind pregătirea stagiului de practică
- ✓ Ateliere de lucru – realizarea de fișe care vor face parte din produsul final – caiet de practică – care va fi folosit de către profesori și elevi la orele de instruire practică comasată.
- ✓ Reuniune finală cu coordonatorul programului: evaluarea activității de formare, înmânarea documentelor: Certificate de participare la activității de formare, certificate Europass Mobility și raportul final al programului produs de organizația gazdă.
- ✓ Dezbateri și analiza activităților prezentate, concluzii, îmbunătățiri.

Evaluarea a fost realizată sub formă de colocviu în care cei 5 profesori participanți au prezentat portofoliile cu materiale realizate. Programul de formare a promovat inserția profesională pe piața internațională a muncii, competitivitatea, creativitatea și spiritul antreprenorial, satisfăcând astfel nevoia exprimată de profesorii colegiului de a cunoaște și experimenta modalitățile de colaborare dintre școli, întreprinderi și comunitatea locală în ceea ce privește desfășurarea stagiilor de practică în cadrul calificării Tehnician în turism.

Experiența practică dobândită de 64 elevi și 17 cadre didactice prin participarea la activitățile care s-au derulat și se vor derula în cadrul mobilităților din Portugalia, Spania, Italia și Malta se reflectă în cadrul produselor finale elaborate: site-ul proiectului www.osansapentruviitor.ro și a celor care se vor elabora după participarea la mobilități: ghidul suport pentru profesorii care coordonează stagii de practică, ghidurile de bune practici “Pași spre succesul unei afaceri” și “Oportunități pe piața turistică internațională”, dicționarul englez-român-spaniol ce va conține termeni specifici de turism, CD-rețetar culinar, expoziții culinare, cursul organizat în colaborare cu Casa Corpului Didactic Suceava la nivel județean “Abordarea proactivă a viitorului”.

Activitățile propuse pentru cei 2 ani de proiect și produsele finale vor contribui la întărirea dimensiunii europene în educație și formare și la adaptarea ofertei educaționale a Colegiului Economic “Dimitrie Cantemir” Suceava la cererea exprimată pe piața forței de muncă internațională.





3.2. ENTREPRENEURSHIP THROUGH YOUR EXERCISE

Prof. Apetrei Niculina
Student Camelia Hatnean
Economic College “Dimitrie Cantemir”
Suceava, România

In the 2 weeks of practice we've had so far I've had the opportunity to collaborate with some travel agencies in Suceava:

- Parallels -Agent Tour 45
- Juventus travel -Agent
- Agent Tour Millenium
- Agent Best Travel Desk

In these agencies we have had the opportunity to learn some things that can help viitor.Students were grouped in teams of 4 and were distributed on making agencies so that each team to reach each of the agencies.

For us it was a joy to meet our employees to learn new things, to be able to help us, to offer services, travel packages, to sign contracts with suppliers and customers.

I learned that the mandatory elements for the validity of a contract, what are the main contracts used in the travel agency, the advantages and disadvantages of each type of tourist transport, facilities offered to tourists in transit, transport documents forgotten.

The agency provides services according to the wishes of the tourist, in function and budget of each client, they want every customer to be satisfied with the services of travel agencies.

Behaviour towards tourist has a huge impact on him and the decisions on services rendered.

Respect client also has a huge impact: not to be grumpy, nervous, careless Always smiling, always have a smile on his face, to provide the best offers and services.

Now we can easily commit, to have a bright future with what we wanted, and not only: a future made by ourselves.

From my point of view it can form pretty well alone in a small agency, but we have to know your purpose, not to stick to your work and give both. In a small agency have a somewhat greater degree of freedom and have the opportunity to learn and you take responsibility for everything that you do. Often could not you who to call in case you do not know what to do, what you will require to find one solution.

Experience in a small agency is totally different from that of a large agency and vice versa Both sides have good parts and not so good, but I think we need to remember what it is you want to learn more and can start almost anywhere. But it depends on you how much you want to develop yourself and where you want to go.

In a small agency depends 100% on you which direction you go on. If you like what you do and you're determined to make a career in this field you will find ways to learn and develop yourself.

In a large travel agency learn something else than a small one. This pace is much faster and are virtually forced to go on the rhythm imposed.

If you're accustomed to work more slowly and have big differences in activity in season compared to the season, know that in an agency than tourism does not have such differences between season and season and no time to "get used" to the rhythm . In a large agency always have something to do ... all the time, whether it be the season is low season.

Large travel agencies so people looking for experienced and inexperienced. If you're wondering why, know that travel agents with experience are looking for because they need people who know



the products they offer and to know how to sell and travel agencies without experience are looking especially for potential that they have.

It is true that when you learn something in your way, it's hard to dezobisnuiesti certain things or learn something completely new in the next job. Therefore, a large travel agency and prefer to have people to train them.

A large agency supports training and specialization of its employees and occasionally gives access to certain courses and trainings. If you know which direction you are heading, the travel agency where you work you could sustain sending you a training example.

In a large agency in turn can learn faster just because it has a fast pace. Besides this, a large agency know more people in your field, people experienced greater than yours, people who learn from you.

In a large agency not much freedom. If you are a freedom-loving and are fond of "I do" might be your hardest to fit in.

In a large agency you have a lot of procedures to follow, but also have their role. Without procedures things had not gone as well, so you have a lot to learn from them. Think like a big company where everyone would do what it wants: it would be chaos, there is a unity and a common purpose. So if I know where we want to go, we did not know what to do. You can learn a lot of things just from compliance (relatively simple thing to do).

In a large travel agency it is likely to have Target, something that does not really meet him in small agencies. To accomplish your target means you have reached the expectations that the company has towards you but as you become better at what you do. When you're pressed for time looking to find solutions faster, you are more active and make things happen. Also, being active, you're motivated and you will want to go further, to be better.

3.3. EFICACITATE ȘI EFICIENȚĂ ÎN MANAGEMENTUL FIRMEI

**Prof. Bejinariu Mărioara Cocuța
Colegiul Economic "Dimitrie Cantemir"
Suceava, România**

Abstract

The central idea in management of business is doing the activities in an efficient way.

The effectiveness represents the measure in which an activity satisfies a necessity, reaches an objective, has and develops a function.

Making an activity effective could lead to positivity (the activity in question is done in a certain measure), could lead to it being nill (a propaganda activity that does not convince anyone, for example) or it could be negative (through that activity we can obtain effects opposite to the ones we search for).

In conclusion, effectiveness is a characteristic of the organisation's functions and, in particular of the leading functions, indicating the degree of completion, measured through effects.

In order to have effectiveness in business we must follow the principles of the efficient management

Leading based on principles is a way of management that offers solutions to some dilemmas of those whom lead business in a complex society such as the one we live in:

How can we maintain the balance between work and family, profesional ambitions and personal ambitions?



How can we maintain our focus on the road we are going in the world we live in today, in which changes appear suddenly and have the most varied of effects?

How can we create a work team whose members complete each other and which base themselves on respect?

How can we encourage the will to change and modernise without bringing disaster instead of advantages?

Leading based on principles is done on four levels:

1) The manager's relationship with himself

2) Interpersonal, the relationship the manager has with everyone

3) Managerial, the responsibility of finishing work together with the employees

4) Organisational, organising employees, building teams, solving problems. For the first two levels, the base principle is trust, on which levels are built

For the managerial level, the base principle is choosing authority, and for the organisational level, the key principle is alignment. This last principle means that what is important for the manager is defined as a moral compass, so that he offers the employees all the conditions for self-control and for applying decisions to their level.

This way, the manager will have time to deal with the general strategy (projecting, developing the business on long term).

Ideea centrală a **managementului afacerilor** constă în realizarea eficientă a activităților. **Eficacitatea reprezintă** măsura în care o activitate satisface o necesitate, realizează un obiectiv, îndeplinește o funcție. Spre exemplu, eficacitatea unei școli este dată de gradul în care profesorii reușesc să transmită cunoștințele necesare elevilor.

Eficacitatea unei activități poate fi pozitivă (activitatea avută în vedere e realizată într-o oarecare măsură), nulă (o activitate de propagandă nu convinge pe nimeni, de exemplu) sau negativă (prin activitatea respectivă se obțin efecte contrare celor urmărite). În concluzie, **eficacitatea** este o caracteristică a funcțiilor organizației (și, în particular, a funcțiilor conducerii), indicând gradul de realizare, măsurat prin efecte, a acestora.

Eficiența semnifică măsura rezultatelor unei activități prin raportare la eforturile făcute în timpul desfășurării activității respective. În sens general, a fi eficient înseamnă a face un lucru cât mai bine cu costuri cât mai reduse. Sunt foarte cunoscute sensurile eficienței în fizică și în economie:

- în fizică, eficiența reprezintă randamentul utilizării energiei (randamentul fiind cu atât mai mare cu cât energia pierdută între intrare și ieșire este mai mică);
- în economie, eficiența este raportul dintre câștigul economic și cheltuieli (eficiența fiind ridicată atunci când câștigurile sunt mai mari cu cheltuieli cât mai reduse);
- în societate, în sociologie, **în teoria organizațiilor și în management**, analiza eficienței este mai dificilă decât în fizică și în economie, în primul rând datorită dificultăților de a compara intrările (resursele de orice fel) și ieșirile (produsele de orice fel), acestea având unități de măsură diferite. Drept urmare, eficiența înseamnă maximizarea rezultatelor și diminuarea costurilor. Altfel spus, eficiența este raportul dintre **eficacitate** (care constă, cum arătăm, în gradul de realizare a obiectivului stabilit) și costuri (cheltuielile de resurse și efectele negative ale activității).

Eficiență = Eficacitate/Costuri

Pentru a avea eficacitate în afaceri trebuie obligatoriu respectate principiile managementului eficient.

Conducerea bazată pe principii este un **model de management** care oferă soluții la unele din dilemele ale celor care conduc afaceri într-o societate complexă precum cea contemporană:

- Cum se poate păstra echilibrul între muncă și familie, ambiții profesionale și personale?
- Cum se poate păstra „direcția” în lumea de azi, în care schimbările apar pe neașteptate și au cele mai variate efecte?



- Cum se poate crea o echipă de lucru ai cărei membri se completează unul pe altul și care se bazează pe respect reciproc?
- Cum se poate încuraja dorința de schimbare și de modernizare fără a aduce mai multe pagube decât avantaje?

Conducerea bazată pe principii se practică pe patru niveluri:

- (1) – relația managerului cu el însuși;
- (2) nivelul interpersonal – relația managerului cu ceilalți;
- (3) nivelul managerial – răspunderea de a duce un lucru la îndeplinire împreună cu ceilalți angajați;
- (4) nivelul organizațional – organizarea angajaților, construirea echipelor, rezolvarea problemelor. Pentru primele două niveluri, principiul de bază este încrederea, pe care se clădește niveluri.

Pentru nivelul managerial, principiul de bază este delegarea autorității, iar pentru nivelul organizațional, principiul cheie este alinierea. Acest ultim principiu înseamnă că ceea ce este important pentru un manager este să păstreze o busolă morală, și să le ofere angajaților săi toate condițiile pentru autocontrol și aplicarea deciziilor la nivelul lor. În felul acesta, managerul va avea timp pentru a se ocupa de strategia generală (proiectarea, dezvoltarea afacerii pe termen lung).

Din această perspectivă, managerii de succes sunt cei care:

- Urmează mereu școala experienței lor – deci sunt persoane receptive care învață mereu și, mai ales, învață din propriile greșeli;
 - Consideră că viața este o misiune de îndeplinit, nu o carieră;
 - Au o atitudine optimistă, pozitivă, văd în permanență partea bună a lucrurilor și sunt conștienți de propria valoare;
 - Nu reacționează exagerat în fața criticilor, slăbiciunilor omenești, comportamentelor negative;
 - Duc o viață echilibrată și se feresc de păreri extreme, nu împart totul în bine și rău, nu vor mereu totul sau nimic;
 - Consideră că viața le aduce mereu ceva nou;
 - Îmbunătățesc toate situațiile în care intră printr-o atitudine lipsită de preconcepții, sunt productivi într-un mod creator;
 - Exersează permanent în vederea înnoirii de sine (își antrenează mintea prin citit).
- După un cunoscut autor american, cele „șapte deprinderi” pe care un manager modern trebuie să și le formeze sunt:
- **Atitudinea proactivă** – este atitudinea inversă atitudinii reactive pe care o au majoritatea oamenilor. Altfel spus, mulți oameni caută să-și transfere responsabilitățile dând vina pe alții, pe întâmplări sau pe mediul înconjurător. La un manager, o asemenea atitudine e dăunătoare, pentru că înseamnă timp pierdut și scăderea eficienței. A fi proactiv înseamnă a căuta în primul rând o soluție, o rezolvare a problemelor; mai mult, un manager trebuie să preîntâmpine problemele, să aibă capacitatea de a vedea oarecum în avans crizele care se pot declanșa, ca să le poată soluționa în faza mai puțin gravă.
 - **Existența scopului**, încă de la începutul acțiunii. La baza **managementului eficient** stă conștiința activă atât a scopurilor cât și a capacităților de a le aduce la îndeplinire cu ajutorul imaginației.
 - **Prioritatea priorităților**. Aceasta înseamnă o viață disciplinată, o concentrare pe acele activități care sunt cele mai importante și nu neapărat cele mai urgente (deprinderea presupune voință și discernământ).
 - **Gîndirea câștig/cîștig**. Cel mai adesea, negocierile se bazează pe o mentalitate câștig/pierdere („adversarul” trebuie păcălit, trebuie să piardă) sau și mai greșit, pe o mentalitate pierdere/pierdere („să moară și capra vecinului”). Gîndirea câștig/cîștig presupune că fiecare parte care negociază trebuie să aibă un avantaj și să fie mulțumită în urma tranzacției.
 - **A înțelege mai întîi și apoi a fi înțeles**. Majoritatea interacțiunilor interpersonale nu înseamnă și o ascultare atentă a celuilalt. De obicei interlocutorii au în minte niște idei sau atitudini pe care vor să



le impună indiferent de părerea celuilalt, astfel că ascultă superficial sau selectiv argumentele care le sunt aduse.

- **A acționa creativ** . Cele mai multe negocieri sunt târguieli fără părăsirea pozițiilor inițiale ajungându-se cel mult la compromisuri. Printr-o comunicare creativă însă, se înțeleg nevoile și interesele fundamentale ale ambelor părți și se găsește o soluție mai bună chiar decât cele pe care le-ar fi găsit fiecare parte.
- **Continua înnoire de sine în vederea depășirii dezordinii** – este de fapt continua antrenare a managerului pe toate planurile.

BIBLIOGRAFIE

1. BĂCANU, U, B. *Practici de management strategic. Metode și studii de caz*, Editura Polirom, Iași, 2006.
 2. BIBU, N. A. *Management comparat – o abordare interculturală, o abordare modernă* (ediția a II - a), Editura Mirton, Timișoara, 2008.
 3. BIBU, N. A. *Performanța, funcție de eficacitate și eficiență*, în DĂNĂIAȚĂ, I.; BIBU, N. A.; PREDIȘCAN, M. *Management – bazele teoretice*. Editura Mirton, Timișoara, 2002.
 4. BOGATHY, Z. (coord.), *Manual de psihologia muncii și organizațională*, Editura Polirom, Iași, 2004.
- <http://www.scribub.com/management/SCHIMBAREA-MANAGEMENTUL-SCHIMBUL65622173.php>

3.4. COMPETENȚE ANTREPRENORIALE DEZVOLTATE PRIN PROIECTE EUROPENE

Prof. Bîrzu Cristina Valeria
Colegiul Național de Agricultură și Economie,
Loc. Tecuci, județul Galați, România

Abstract

Since July 2015, C.N.A.E. TECUCI kicked off with the project "Learn to be an entrepreneur through the training trading company" contract POSDRU / 175 / 2.1 / S / 151 567 , conducted over six months , which is the creation of fictitious companies (training firms) where students learn to be true business entrepreneurs, respecting laws and procedures necessary to set up a trading company.

Facilitating and improving the transition from school to work has been done by entrepreneurship to 1,400 students by supporting 140 training firms (FE) recorded at ROCT during the school year 2014-2015 in the counties of Constanta , Braila, Galati , Tulcea, Buzau , Vrancea, Arges, Calarasi , Ialomita , Dambovita, Giurgiu , Prahova , Teleorman, located in 2 development regions - Muntenia South and South East .

Through an agreement with the project applicant, Campulung Technical College, in order to create training firms, we have been selected as a supported educational institution, to be provided with equipment to conduct specific activities. Out of the project budget for each trading firm formed we received: two laptops, two projectors, one printer, two sets of office stationery.

At the level of our school there were 6 training firms, consisting of 60 students (10 students / business) group XI of the profile of Natural Resources and the Environment Protection, namely: for



"învață făcând". În cadrul proiectului s-a pus accent pe dezvoltarea inovativă de firme de exercițiu ca medii de învățare practică și colaborativă, în vederea dobândirii de competențe antreprenoriale, atât pentru elevii de la profilul servicii, cât și pentru cei de la alte profile, respectiv filierele teoretică și vocațională din învățământul liceal, prin extinderea conceptului de firmă de exercițiu și transferul de bune practici, prin instrumentarea elevilor cu mijloace suplimentare de adaptare la mediul de muncă și la solicitările angajatorilor, prin furnizarea de servicii de consiliere și orientare profesională.

Elevii au fost antrenați în activități de consiliere și orientare profesională cu scopul de a-i instrumenta pentru problematica mediului de muncă, de a deveni capabili să depășească dificultățile inserției și de a se adapta la cerințele primului lor loc de muncă.

Facilitarea și îmbunătățirea tranziției de la școală la viața activă s-au realizat prin dezvoltarea spiritului antreprenorial la 1400 de elevi, prin sprijinirea a 140 de firme de exercițiu (FE) înregistrate la ROCT în anul școlar 2014 – 2015, în județele Constanța, Brăila, Galați, Tulcea, Buzău, Vrancea, Argeș, Călărași, Ialomița, Dâmbovița, Giurgiu, Prahova, Teleorman, situate în 2 regiuni de dezvoltare – Sud Muntenia și Sud-Est. Sloganul acestui proiect a fost "Piața muncii prinde viață", iar la baza acestei promisiuni a stat preocuparea tuturor celor implicați de a le transfera tinerilor un set de principii vitale pentru independența, spiritul de inițiativă și implicarea lor socială și profesională, ca adulți.

Prin încheierea unui acord cu solicitantul proiectului, Colegiul Tehnic Câmpulung, în scopul creării de firme de exercițiu, am fost selecționați în calitate de unitate de învățământ sprijinită, urmând a fi dotați cu echipamente în vederea derulării activităților specifice. Din bugetul proiectului am primit pentru fiecare 2 firme de exercițiu constituite: 2 laptopuri, 2 videoproiectoare, 1 imprimantă, 2 seturi de produse de birotică și papetărie.

La nivelul școlii noastre au fost înființate 6 firme de exercițiu, alcătuite din 60 de elevi (10 elevi/firmă) de clasa a XI-a din cadrul profilului Resurse naturale și protecția mediului și anume: pentru calificarea Tehnician horticultor/veterinar, FE AMBIENT DESIGN SRL și FE AGROFARM SRL, coordonate de prof. Gheoghe Oana, pentru calificarea Tehnician analize produse alimentare, FE FOOD LAND SRL și FE PLAIURI TECUCENE SRL, îndrumate de prof. Lazăr Mirela și pentru calificarea Tehnician ecolog și protecția calității mediului, FE ROMCOLECTA SRL și FE R.R.R. TECUCI SRL, coordonate de prof. Bîrzu Cristina.

Pentru a crea contexte favorabile împărtășirii experienței dobândite și un mediu competițional, proiectul a presupus organizarea a două târguri regionale ale firmelor de exercițiu și a unui târg multi-regional, la care elevii din firmele de exercițiu cu performanțe în activitățile specifice au fost premiați.

Astfel, în cadrul proiectului, am participat la Târgul regional al firmelor de exercițiu, organizat în stațiunea Jupiter, Mangalia, în incinta Hotelului Meteor, în perioada 8-11 septembrie 2015. Cu această ocazie s-au antrenat în antreprenariat 62 de firme de exercițiu din regiunea Sud Est, cuprinzând județele Brăila, Buzău, Constanța, Tulcea, Vrancea, Galați. Tinerii au învățat tehnici de promovare și comunicare, s-au familiarizat cu instrumentele de lucru din viața reală a unei firme, au dobândit spirit competițional și capacitatea de a evalua realitatea și de a se autoevalua. Elevii firmelor participante și-au amenajat standurile și au derulat activități specifice participării la târg, folosindu-se de materialele promoționale pe care și le-au editat singuri (bannere, roll-upuri, flyere, pliante, mape și cataloage/broșuri). Astfel, patru categorii de concurs – cel mai bun catalog, cel mai bun stand, cel mai bun vânzător și cea mai bună prezentare – au evaluat firmele de exercițiu și le-au departajat pe cele câștigătoare, primele 5 din 62 calificându-se la următoarea competiție de anvergură din proiect și anume târgul multi-regional. Firmele de exercițiu ale C.N.A.E. Tecuci s-au situat în primele 14 locuri, iar FE R.R.R. TECUCI SRL și FE ROMCOLECTA SRL au reușit să aducă la Tecuci și două din marile premii, premiul al III-lea și mențiune, calificându-se astfel la târgul multi-regional. Elevii de la firma R.R.R. TECUCI care au obținut locul al III-lea au fost premiați fiecare cu câte un router wireless, iar elevii din cadrul firmei ROMCOLECTA de pe locul al IV-lea au fost premiați fiecare cu o tastatură și mouse wireless.



Târgul multi-regional a avut loc la Hotel Mara, din Sinaia, în intervalul 3-6 noiembrie 2015 și a reunit 10 firme de exercițiu, adică primele 5 clasate la Târgurile regionale corespunzătoare celor două regiuni din proiect, Sud Muntenia și Sud Est. Elevii din județele Constanța, Tulcea, Galați, Ialomița, Argeș, Dâmbovița s-au confruntat la următoarele 6 secțiuni: stand de prezentare, catalog, prezentare PPT a firmei, site, spot publicitar, negociere. Rezultatele au fost pe măsura efortului, elevii noștri obținând 10 premii la toate cele 6 categorii de concurs. În clasamentul final, în urma cumulării punctajelor de la toate secțiunile de concurs, echipajul firmei ROMCOLECTA SRL s-a situat pe locul al III-lea, iar cel al firmei R.R.R. TECUCI SRL pe locul al IV-lea.

Pentru performanța lor câștigătorii au fost recompensați cu premii și mențiuni în echipamente. Tinerii din cadrul firmei de exercițiu ROMCOLECTA SRL au primit fiecare câte o cameră foto-video digitală, iar cei care alcătuiesc R.R.R. TECUCI SRL au fost premiați fiecare cu câte o tabletă.

Fiind în primele 3 firme câștigătoare din cele 140 participante la cele două târguri regionale, Sud Muntenia și Sud Est, elevii firmei de exercițiu ROMCOLECTA SRL, alături de subsemnata, în calitate de profesor coordonator și directorul C.N.A.E. TECUCI Dascălu Marea au fost invitați să participe la Conferința finală a proiectului, găzduită tot de Hotelul Mara din Sinaia, în perioada 2-4 decembrie 2015. Un moment important al Conferinței finale a fost cel al prezentărilor susținute de elevii câștigători, care le-au împărtășit colegilor lor mai tineri și încă neinițiați în antreprenariat, prezenți la eveniment, experiențele dobândite de ei, în echipă.

Pentru elevi, firma de exercițiu a reprezentat un loc de predare multidisciplinar în care cunoștințele de tehnologie s-au îmbinat cu cele de management și marketing făcând posibilă dezvoltarea abilităților antreprenoriale prin experimentare (Learning by doing). Provocările au fost deopotrivă și pentru elevi și pentru profesori, aceștia aplicând în practică cunoștințe din diverse domenii, nefamiliare până la acel moment, precum contabilitate, drept, informatică, științe sociale. Activitatea în cadrul firmei de exercițiu a solicitat o muncă și o calificare suplimentară și independentă. S-au studiat și s-au aplicat normele stabilite pentru activitatea firmei de exercițiu (legi, hotărâri de guvern, ordonanțe de guvern și altele). Utilizarea computerului în activitatea firmei a solicitat perfecționarea competențelor de utilizare a calculatorului.

S-au dezvoltat abilități esențiale precum lucrul în echipă, motivația de a lucra, flexibilitatea și rezistența la stres, dorința de a lua decizii, competențe privind rezolvarea conflictelor și mai ales deschiderea către colaborare interculturală transnațională.

Instruirea în firma de exercițiu a oferit competențe în ceea ce înseamnă comportamentul profesional, determinând o verificare practică și o aprofundare a cunoștințelor dobândite în anii de studiu, de la diverse discipline. Dacă pentru fiecare persoană dictonul „cunoaște-te pe tine însuți” este lecția fundamentală a vieții, pentru un viitor antreprenor „a învăța să înveți” este nu numai o componentă cheie a dezvoltării personale, ci o regulă de aur. Procesul învățării nu se limitează la școală, dar este obligatoriu ca el să fie dobândit în perioada școlii.

În cadrul proiectului „Învăță să fii antreprenor prin firma de exercițiu!” elevii au învățat să se cunoască pe sine, să își evalueze potențialul în mod realist și să își valorifice atuurile. În cultura antreprenorială, identitatea este un element definitoriu. Spiritul de inițiativă, puterea de decizie, capacitatea de a analiza și de a anticipa sunt apanajele persoanelor hotărâte. La fel de important este ca elevii să înțeleagă faptul că sunt unici ca indivizi, iar această calitate poate avea beneficii importante pentru inițiativele lor antreprenoriale. Ei trebuie să își însușească noțiuni teoretice și să dobândească abilități practice doar pentru a le canaliza spre formulări unice, diferite ale variantelor de antreprenariat pe care le vor aborda. Secretul nu este să încerci să faci ce face toată lumea, ci să oferi ceva ce nu mai oferă nimănui. Din acest principiu sunt șanse mari să se nască o idee bună.

Toate aceste rezultate nu ar fi fost posibile fără ca toate disciplinele să se îmbine și să dea sens a ceea ce se numește cultură generală economică, fără o implicare activă și un dialog cu toți profesorii pentru o abordare unitară, interdisciplinară și pluridisciplinară a disciplinelor economice și nu numai. Elevii au înțeles faptul că tot ceea ce ei studiază formează un tot unitar, ei rămânând cu o imagine de ansamblu și nu doar cu o mică parte fragmentată, din disciplinele pe care le studiază.



Activitățile practice ale elevilor Colegiului Național de Agricultură și Economie Tecuci, derulate în cadrul proiectului ”Învățã să fii antreprenor prin firma de exercițiu!” au reflectat abilitățile și competențele acestora, prin valorificarea capacității de comunicare în limba română, prin aptitudini de negociere și realizarea tranzacțiilor comerciale. Spiritul antreprenorial, creativitatea și cunoașterea potențialului economic al unei zone sau al unui produs, reflectate prin promovarea unei idei sau a unui produs, sunt dovezi certe ale dimensiunii formative a învățământului economic din cadrul C.N.A.E. TECUCI.

Așadar, în contextul dezvoltării unei societăți românești competitive, bazate pe cunoaștere și dezvoltare a capitalului uman, metoda didactică „firma de exercițiu” se constituie într-un bun mijloc de asigurare a competențelor necesare absolvenților de liceu în a demara cu succes propria afacere. Astfel, sunt asigurate bazele întăririi capacității acestora de a răspunde cu promptitudine schimbărilor rapide din societate și de pe piața muncii, iar rezultatele obținute de elevii noștri, demonstrează cu certitudine că aceștia vor fi capabili să facă față cu succes provocărilor din lumea afacerilor.

Sunt mândră de rezultatele pe care le-au avut elevii și fericită că le-am fost alături pentru a-și demonstra calitățile antreprenoriale, abilitatea de a lucra în echipă, creativitatea și inițiativa personală. Luând parte la această proiect, elevii s-au pregătit pentru ceea ce vor să facă mai departe, după terminarea clasei a XII-a, iar în final putem spune toți cei implicați, că PIAȚA MUNCII PRINDE VIAȚĂ – așa cum ne-am propus prin proiectul „Învățã să fii antreprenor prin firma de exercițiu!”

3.5. DEZVOLTAREA COMPETENȚELOR ANTREPRENORIALE ÎN CADRUL UNITĂȚII DE CURS ”ADMINISTRAREA AFACERILOR”

Prof. Botezatu Angela
Zara Nicolae, elev specialitatea Finanțe, gr. FP 1308G
Colegiul Financiar-Bancar
Chișinău, Republica Moldova

Abstract

The development strategy of education for 2014-2020 “Education-2020” from Republic of Moldova states that in a society based on knowledge, basic competences in form of knowledge, suitable in each context abilities and attitudes have a major role for every person.

*One of this basic competence targets **the spirit of initiative and of entrepreneurship** that presents the ability of transforming ideas into the actions.*

Financial-Banking College, that is a post-secondary technical professional educational institution, promotes the development of entrepreneurial competences both in specialties as Finances & Accountancy, and in Informatics Specialty.

The Curriculum for upper mentioned specialties predict the Business Administration course unit as a profile one, for studying in second year for Finances Specialty and in third year for Accountancy Specialty.

Business Administration course unit presents the most important fond of knowledge and practice abilities for future entrepreneurs and economists inside of 3 fundamentals modules: Basics of Entrepreneurship, Management and Marketing.

The logic of course unit is based on consecutiveness steps that is necessary to follow while initiating and managing a business (creating a virtual company in class).



At the first lesson pupils analyse entrepreneurial environment from the locality they are from, and find an idea of business they would like to develop. Also is used the SCAMPER technics for generating new ideas of business. Making teams of 2 persons (founders/associates) they will exploit and capitalize this idea the whole year.

The funding opportunities are analyzed by accessing the web site odimm.md (Organization for Development of Small and Medium Enterprises).

The following steps target the forming and developing competences related to:

- Creating a business plan and a market research;*
- Technics of taking decisions;*
- Hiring staff and motivating them;*
- The evaluation of entrepreneurial risks.*

At the lessons, students simulate different activities and analyze various case studies.

This teaching approach capitalizes the initiative and creativity of students at the highest level, and reduces plagiarism.

Strategia de dezvoltare a educației pentru anii 2014-2020 „Educația-2020” din Republica Moldova stipulează că *într-o societate bazată pe cunoaștere, competențele-cheie sub formă de cunoștințe, abilități și atitudini adecvate fiecărui context au un rol fundamental în cazul fiecărui individ.*[2] Acestea asigură un plus de valoare pentru piața muncii, coeziunea socială și cetățenia activă, oferind flexibilitate și adaptabilitate, satisfacție și motivație, întrucât toți cetățenii ar trebui să le dobândească.

Parlamentul European și Consiliul Uniunii Europene au adoptat Recomandarea 2006/962/CE din 18 decembrie 2006 privind competențele-cheie pentru învățarea pe tot parcursul vieții, care propune un instrument de referință pentru țările UE, pentru a asigura integrarea deplină a acestor competențe-cheie în cadrul strategiilor și politicilor țărilor respective, în special, în contextul învățării pe tot parcursul vieții. În viziunea de integrare europeană a Republicii Moldova, cadrul european al competențelor-cheie trebuie, de asemenea, integrat în strategiile și politicile țării.

Astfel, a fost elaborat Cadrul de competențe-cheie pentru învățarea pe tot parcursul vieții care definește 9 competențe-cheie și descrie cunoștințele, abilitățile și atitudinile esențiale legate de fiecare dintre acestea.

Una dintre aceste 9 competențe-cheie vizează **simțul inițiativei și al antreprenoriatului** care reprezintă capacitatea de a transforma ideile în acțiuni. Acest spirit presupune creativitate, inovație și asumarea unor riscuri, precum și capacitatea de a planifica și a gestiona proiectele în vederea atingerii obiectivelor. Persoana este conștientă de contextul propriei sale activități și este capabilă să valorifice oportunitățile apărute. Acesta este fundamentul pentru achiziția unor abilități și cunoștințe mai specializate, de care au nevoie cei care instituie sau contribuie la o activitate socială sau comercială. Acest lucru ar trebui să includă conștientizarea valorilor etice și promovarea bunei guvernări.[2]

Aceste competențe sunt clar stipulate și în *Codul Educației* Republicii Moldova adoptat în 2014. [1]

De asemenea, în *Strategia de dezvoltare a învățământului vocațional/tehnic pe anii 2013-2020* se menționează că *absolvenții sistemului vocațional/tehnic trebuie să beneficieze de oportunități sporite de angajare în câmpul muncii datorită abilităților și competențelor profesionale specifice și competențelor generale (digitale, lingvistice, antreprenoriale) achiziționate.* [3]

Reieșind din aceste documente de politici publice în domeniul Educației, Colegiul Financiar-Bancar din Chișinău, care este o instituție de învățământ profesional tehnic postsecundar promovează dezvoltarea competențelor antreprenoriale atât în cadrul specialităților de Finanțe și Contabilitate, cât și în cadrul specialității Informatică.



Planul de învățământ pentru specialitățile menționate prevăd unitatea de curs ”Administrarea afacerilor” ca una de profil fiind studiată la anul II (Specialitatea Finanțe) și la anul III (specialitatea Contabilitate).

Unitatea de curs ”Administrarea afacerilor” prezintă fondul principal de cunoștințe și abilități practice necesare viitorilor întreprinzători și economiști în cadrul a 3 module fundamentale: Bazele antreprenoriatului, Management și Marketing.

Logica unității de curs este construită pe consecutivitatea pașilor de urmat în inițierea și gestionarea unei afaceri (crearea unei firme virtuale în clasă).

La prima lecție elevii analizează mediul antreprenorial din comunitatea în care locuiesc identificând o idee de afaceri pe care ar dori să o dezvolte. Asociindu-se în echipe a câte 2 persoane (fondatori/asociați) ei vor exploata și valorifica această idee pe parcursul întregului curs.

Dintre ideile generate de către elevi în cadrul orelor de Administrare a afacerilor menționăm:

- Producerea și comercializarea veninului de viperă;
- Producerea combustibilului din biomasă;
- Creșterea chinchilla, prepelițelor, iepurilor;
- Prestarea servicii webdesign și IT;
- Prestarea serviciilor educaționale: Școala bunelor maniere etc.

În alt context se propune elevilor următorul exercițiu: se alege un obiect oarecare (stilou, ochelari, penar, bicicletă etc.). Se adresează întrebarea ”Cum poate fi îmbunătățit acest obiect sau bun material folosind așa-numita tehnică SCAMPER?”:

- S – Substituenți;
- C – Combinație;
- A – Adaptare;
- M – Modificare;
- P – Propune o altă utilizare (Put to another use);
- E – Eliminare;
- R – Rearanjare.

La următoarea etapă elevilor li se propune să acceseze site-ul Organizației pentru Dezvoltarea Sectorului Întreprinderilor Mici și Mijlocii (odimm.md) de unde se pot informa cu privire la programele de finanțare și susținere a afacerii inițiate pe domenii: turism; agricultură, industrie, servicii etc. Unele programe susțin doar afacerile din mediul rural, altele sunt doar pentru tineri sau sunt destinate pentru mobilizarea resurselor emigranților prin atragerea remitențelor. Elevii selectează programul optim sau identifică alte surse de finanțare.

Odată identificate ideile de afaceri elevii sunt instruiți cum să elaboreze un business plan pentru afacerea nou creată. Specificul acestei sarcini este faptul că elevii nu vor copia un business plan din internet sau din altă sursă, dar vor încerca să-l adapteze la propria afacere. Competențele formate la această etapă vizează:

- Analiza mediului de afaceri (analiza SWOT pentru firma creată);
- Formularea misiunii și obiectivelor afacerii inițiate;
- Descrierea gamei de produse și servicii;
- Identificarea furnizorilor, clienților potențiali și a concurenților. Pot fi identificate alte firme din clasă sau de pe piața reală;
- Analiza necesarului de personal: elaborarea statelor de personal, a fișelor de post, recrutarea și selecția. Elevii simulează interviul de selecție pentru firma lor;
- Elaborarea organigramei firmei create prin specificarea funcțiilor, subdiviziunilor, nivelurilor ierarhice;
- Identificarea riscurilor ce pot surveni în inițierea afacerii, dar și pe parcursul acesteia, metodele de gestiune a riscurilor;
- Elaborarea planului financiar prin identificarea veniturilor și cheltuielilor.



Menționăm că toate aceste sarcini sunt abordate într-o manieră simplificată, ținând cont de faptul că elevii studiază unitatea de curs ”Administrarea afacerilor” la anul II de studii (clasa XI), după cum am specificat mai sus și nu dețin cunoștințe profunde în planificarea și gestionarea afacerilor.

Ulterior, în cadrul unității de învățare ”Procesul decizional în management”, elevilor li se solicită să identifice anumite probleme care pot apărea la inițierea afacerii, ulterior vor descrie procesul decizional după etapele propuse în literatura de specialitate (de exemplu, etapele procesului decizional după O. Nicolescu). De asemenea, se simulează luarea deciziilor prin mai multe metode dintre care propunem: Brainstormingul, Metoda experților, Delphi etc.

Un aspect important pe care îl analizează elevii în cadrul firmei lor este *motivarea angajaților*. Elevii-antreprenori identifică diverse tehnici de motivare specifice atât genului de activitate practicat, cât și în funcție de numărul de angajați din cadrul firmei din clasă, în funcție de resursele alocate, în funcție de politica de personal adoptată.

În cadrul modulului fundamental ”Marketing” elevii vor prevedea toate aspectele de marketing adaptate la firma creată în clasă. Pentru inițierea afacerii vor elabora un studiu de piață pentru analiza conjuncturii pieței, atitudinii consumatorilor față de produsele sau serviciile ce urmează a fi lansate pe piață. Elaborarea chestionarului de marketing ca instrument de cercetare după toate rigorile științifice este o competență dobândită pe care o vor putea aplica și în cadrul firmelor reale atunci când vor accede pe piața muncii. Metodologia de elaborare a unui studiu de piață este una complexă, de calitatea formulării obiectivelor, alegerea eșantionului sau a metodelor de cercetare va depinde de calitatea deciziilor de marketing.

Elevilor li se propune să elaboreze un chestionar de cercetare cu un număr concret de întrebări, specificându-se tipurile de întrebări: închise, deschise, dihotomice, bifurcate etc. Respectarea structurii chestionarului, amplasarea în pagină, numărul optim de întrebări, aspecte de tehnoredactare sunt cerințe obligatorii de care elevii trebuie să țină cont.

Alte competențe obținute în cadrul acestui modul sunt:

- elaborarea mixului de marketing (cei 4 ”P”: Produs, Preț, Plasament, Promovare);
- elaborarea planului de marketing al firmei create.

Aplicând acest demers didactic pe parcursul întregului curs, elevii vor conștientiza consecutivitatea activităților de administrare a afacerilor, se vor transpune într-un proces de simulare a gestiunii proprii afaceri, excluzând plagiatul, în cazul în care li s-ar propune să elaboreze un business plan sau un studiu de piață al unei firme arbitrare.

În concluzie, menționăm că unitatea de curs ”Administrarea afacerilor” oferă oportunități de învățare elevilor atât pentru formarea și dezvoltarea profesională cât și pentru formarea personală.

Bibliografie:

1. Codul Educației al Republicii Moldova nr. 152 din 17.07.2014, Monitorul Oficial nr. 319-324/634 din 24.10.2014
2. *Strategia de dezvoltare a educației pentru anii 2014-2020 „Educația-2020”*, aprobată prin Hotărârea Guvernului RM nr. 944 din 14 noiembrie 2014
3. *Strategia de dezvoltare a învățământului vocațional/tehnic din Republica Moldova pe anii 2013-2020*, Hotărârea Guvernului RM nr. 97 din 01.02.2013, Monitorul Oficial nr. 31-35 din 15.02.2013
4. GOIAN I. *Curs de antreprenoriat*. Chișinău: Editura Epigraf. 2010
5. GORTOLOMEI V. *Planificarea în afaceri*. Chișinău: Editura BIZPRO-Moldova. 2003
6. ȘULEANSCHI S., VEVERIȚĂ V. *Primii pași în afaceri. Ghid pentru antreprenorii începători*. Chișinău. 2009



3.6. FORMAREA INSTRUCTIV-EDUCATIVĂ - O PREMISĂ A INSERTIEI ȘI REINTEGRĂRII PROFESIONALE PENTRU TINERII SECOLULUI XXI

Prof. Cârstea Laura Maria
Liceul Tehnologic Economic “Virgil Madgearu”
Iași, România

Abstract

“Education is the most powerful weapon which you can use to change the world.”

Nelson Mandela

The innovation in education is an answer for the needs and issues the schools are facing like financial restrictions, chance inequality, school diplomas devaluation, but also for the population’s ideals and aspirations.

Innovation is a learning process of knowledge gathering and new work paths. The teaching staff, the pupils and their parents need to work together in order to apply it successfully. The proper financing for education is also one of the most important measures because the innovation requires a high financial support and a stimulation module for rewarding teamwork.

The development of this field has benefited of innovation methods that encouraged the change of ideas, experience and knowledge in order to optimize and perfect the educational process.

The inovational ways consist in learning by communication and colaboration, produce ideas, opinions, arguments and create learning situations centered on students’ desire of colaboration, on their direct and activ involvement, on mutual influence inside the small groups and social interation of their members. Some of the modern learning methods are the Venn diagram, mosaic, the cluster or brainstorming.

The brainstorming is one of most popular methods because is a simple and efficient way to generate new ideas. During the brainstorming the students are encouraged to enouce all their ideas in order to find the most useful and valuable ones for solving the problem. Every student has his own possibility to tell his idea, the brainstorming being a method of no critics and free expression of imagination.

All of these modern learning methods try to make the student to think independently, to understand with ease, to memorize learned concepts easier, for a longer period of time and to apply them efficiently.

The teacher has a very important role in the education of the students’ creativity following objectives like the preparing of students to accept the new as a clue for progress, inovation and human creativity, the formation and development of flexible and efficient creative skills and the encouraging of students during the process.

The teacher’s attitude is also crucial in his relationship with the students. A bossy attitude can create emotional blockings this is why a nice and friendly aproach comes with better results. A teacher should be close to students, indulging to a limit and to encourage imagination. The students with superior natural skills should benefit of special conditions to develop them.

In conclusion, the teacher has to find the most efficient ways to stimulate the creative potential of each student but also to change his traditional mindset of working and the attitude towards the young ones. With the kids with special problems the teacher should work individually, adapting the requests for each student’s level. He will choose one of the teaching methods regarding the purpose of the activity, the student’s analytic or synthetic perception and the teacher’s work style and personality.



“Mai mult decat a preda, tehnica didactică înseamnă a învăța pentru sine și a facilita învățarea altora.”
Bernat S. (2003 p.15-19)

Inovația în învățământ s-a manifestat încă de la început atât ca un răspuns la nevoile, problemele cu care se confruntă învățământul, cum ar fi restricțiile financiare, inegalitățile de șanse în fața educației, devalorizarea diplomelor școlare, cât și ca răspuns la aspirațiile, idealurile populației.

Huberman, afirmă că „o inovație este o ameliorare măsurabilă, deliberată, durabilă și puțin probabil să se producă frecvent”. Altfel spus el diferențiază astfel: inovații care introduc schimbări tehnice (TIC), inovații de natură conceptuală (noi cursuri, noi programe educaționale, metode de învățământ) și inovații care introduc schimbări în relațiile interpersonale.

Criza prin care trece educația în zilele noastre, necesită schimbări la nivelul sistemului de învățământ. Cultivarea gândirii inovatoare a devenit o sarcină importantă a școlilor. În România inovația la nivelul sistemului de învățământ este extrem de limitată ca intensitate, arie de acoperire sau rezultate obținute. Unul dintre principalele obstacole în calea declanșării, dezvoltării inovației îl constituie regimul politic totalitar, care a controlat inclusiv sistemul de învățământ. În timp ce sistemele de învățământ din lumea occidentală găseau în inovație răspunsul, soluția la problemele cu care se confruntau și aplicau aceste inovații (descentralizarea, parteneriatele, alte autorități decât cele educaționale, dezvoltarea învățământului privat la toate nivelurile), sistemul românesc de învățământ devenea tot mai izolat, puternic controlat politic, cu un grad mare de centralism. J. Hassenforder afirmă că „nu centralismul constituie un obstacol în calea inovării, ci spiritul autoritar care-l însoțește”.

Cu toate acestea cadre didactice inovatoare au existat și în perioada comunistă, însă activitatea lor era limitată la nivelul clasei de elevi sau a unui grup restrâns de copii. Sistemul de învățământ era controlat politic, lipsit de resurse financiare, comunicarea între cadrele didactice era limitat, cooperarea impusă de la nivel central, familia sau alte organisme externe școlii erau excluse din procesul de învățământ, astfel că mediul educațional nu era unul favorabil inovației.

Începând cu anii '90, sistemul de învățământ din România devine unul dintre sistemele în care s-au operat cele mai multe schimbări, la nivelul tuturor componentelor sale. Altfel spus inovația urmărește identificarea de soluții, oportunități, strategii, prin care idealul educațional să fie atins. Reforma învățământului românesc vizează asigurarea unui tratament egal în fața educației tuturor indivizilor, indiferent de particularitățile psihofizice, intelectuale, sociofamiliale, economice, etnice, religioase sau de altă natură.

Inovația reprezintă un proces de învățare, de acumularea de noi cunoștințe, de noi moduri de a lucra, fapt pe care personalul didactic, elevii și părinții acestor trebuie să coluceze pentru a-l pune în aplicare. De asemenea finanțarea corespunzătoare a învățământului este una dintre măsurile cele mai importante, pentru că inovația solicită un suport financiar dar și modul de stimulare a inovației care constă în recompensarea muncii în echipă.

În prezent, la nivelul sistemului de învățământ din România personalul didactic, dar și elevii sunt evaluați, recompensați în funcție de activitatea individuală. Munca în echipă, implicarea în diverse programe, proiecte educaționale nu este recompensată în vreun fel și, deci, nu este atrăgătoare pentru indivizi. În aceste condiții nici motivația profesională și nici satisfacția în muncă nu sunt mari, fapt care împiedică formarea unei culturi școlare favorabile inovației. Învățământul românesc se caracterizează prin forme incipiente ale inovației, dar care, printr-o intervenție susținută atât din interiorul sistemului cât și din afara acestuia, are șanse să devină o constantă a sistemului.

La fel ca orice altă ramură a societății noastre metodele inovative au dus la dezvoltarea acestui domeniu și au favorizat interschimbul de idei, de experiențe, de cunoștințe, asigurând perfecționarea și optimizarea demersului educațional.

Metodele utilizate de către profesori la elevi sunt atât cele “clasice”, cât și cele “moderne”. Cadrul didactic este singurul care poate face ca orice metodă folosită să stârnească interesul copilului preșcolar și să-l determine să învețe în modul cel mai plăcut: prin joc.

Cele mai utilizate metode interactive sunt cele care canalizează energiile creatoare ale preșcolarilor în direcția propusă, le captează atenția, stimulează mecanismele gândirii, ale inteligenței, voinței, motivației și imaginației și îi implică afectiv în ceea ce fac. Procesul de formare interactiv presupune acțiune atât din partea profesorului cât și din partea elevului. Pentru a crea un cadru optim de învățare, profesorul trebuie să țină cont de anumite criterii în aplicarea metodelor moderne de învățare, cum ar fi: competențele ce urmează a fi dezvoltate la elevi, nivelul intelectual și capacitățile elevilor, resursele materiale accesibile și gradul de complexitate al conținutului. Astfel metodele inovative trebuie adaptate acestor criterii, pentru ca procesul instructiv-educativ să se desfășoare într-un cadru activ-participativ, de stimulare a învățării.

Metodele inovative presupun o învățare prin comunicare, prin colaborare, care produce o confruntare de idei, opinii și argumente, creează situații de învățare centrate pe disponibilitatea și dorința de cooperare a copiilor, pe implicarea lor directă și activă, pe influența reciprocă din interiorul microgrupurilor și interacțiunea socială a membrilor unui grup. În învățământul preșcolar sunt utilizate o multitudine de metode moderne însoțite de tehnici specifice și resurse materiale, dintre care amintim:

- Explozia stelară - steluța mare și 5 steluțe mici;
- Predarea/învățarea reciprocă- palete colorate cu întrebări, ecusoane;
- Ciorchinele- cercuri sau ovale de două mărimi și două culori, săgeți;
- Cubul- un cub sau tot atâtea cuburi câte tematici predați, plăcuțe cu descrie, compară, analizează, argumentează, asociază, aplică, simboluri pentru copii;
- Mozaicul- fișa expert, ecusoane, chestionar de evaluare-ilustrat;
- Diagrama Venn- fișe de lucru, ecusoane.

O altă metodă de stimulare a creativității în activitățile de grup este brainstorming. Această metodă este foarte răspândită în prezent pentru că reprezintă un mod simplu și eficient de a genera idei noi. În timpul ședinței de brainstorming, elevii trebuie să emită cât mai multe idei. Cu cât sunt expuse mai multe idei, cu atât cresc șansele de a găsi ideile valoroase și folositoare în soluționarea respectivei probleme. Aceasta dă posibilitatea fiecărui elev să emită orice idee referitoare la problema în cauză, brainstormingul putând fi caracterizat ca o metodă care nu tolerează nici un fel de critică. Metoda brainstorming conține anumite reguli ce trebuie respectate, precum: stimularea unei producții cât mai mari de idei, preluarea ideilor emise de alții și fructificarea lor prin ajustări succesive și asociații libere asemenea unei reacții în lanț, suspendarea oricărui gen de critică, dar în special manifestarea liberă a imaginației.

De asemena și metoda predării / învățării reciproce este o strategie de învățare a tehnicilor de studiere a unui text. După ce sunt familiarizați cu metoda, elevii interpretează rolul profesorului și apoi își instruiesc colegii. În același timp are loc o dezvoltare a dialogului elev-elev. Această metodă dezvoltă capacitatea de exprimare, atenția, gândirea cu operațiile ei și capacitatea de ascultare activă. În cazul copiilor cu CES, aceștia trebuie să relateze în manieră proprie și într-o succesiune logică evenimentele și ideile principale dintr-o poveste.

Conform unor cercetări făcute asupra memoriei, în condițiile unei atenții voluntare, cu un grad optim de concentrare arată că, în general, în urma unei activități de învățare reținem: 10% din ceea ce citim, 20% din ceea ce auzim, 30% din ceea ce vedem, 50% din ceea ce vedem și auzim în același timp, 80% din ceea ce spunem, 90% din ceea ce spunem și facem în același timp.

Din această cauză metodele moderne activ-participative de predare-învățare încearcă să facă elevul să gândească independent, să înțeleagă cu mai multă ușurință, să rețină mai ușor și pentru o perioadă mai lungă de timp noțiunile asimilate, să aplice cât mai eficient ceea ce a învățat.

Howard Gardner evidențiază metodele care permit elevului să-și folosească tipul de inteligență predominant, cum ar fi: verbal-lingvistică (a cuvintelor), logico-matematică (a numerelor



și a rațiunii), vizual-spațială (a imaginilor, desenului și a picturii), muzical-ritmică (a tonului, ritmului și a timbrului), corporal-kinestezică (a corpului), interpersonală (a interacțiunilor sociale), intrapersonală (a autocunoașterii) și naturalistă (a tiparelor, regularităților și a comportamentelor). Astfel învățarea interactiv-creativă pune accent pe învățarea prin cercetare și descoperire, pe învățarea prin efort propriu, independent sau dirijat și mai ales pe gândire și imaginație creatoare.

Un rol foarte important pentru educarea creativității elevilor îl are profesorul care trebuie să îndeplinească următoarele obiective cu caracter general:

- pregătirea acestora pentru a accepta noul ca un indiciu al progresului, al inovațiilor și al creativității umane;
- formarea și dezvoltarea capacităților și aptitudinilor de a crea, de a regândi strategiile de lucru și de a le integra în sisteme dinamice, flexibile și eficiente;
- formarea unei atitudini pozitive față de elementele de noutate și față de progres, față de introducerea acestora în propriile acțiuni;
- încurajarea elevilor în timpul desfășurării acțiunii;
- formarea și dezvoltarea capacităților creative, a capacităților de a realiza ceva nou: conexiuni, idei, modele ideale sau materiale, produse materiale etc.

Totodată este foarte importantă atitudinea profesorului în relația sa cu elevii. Uneori atitudinea autoritară poate crea blocaje afective ale elevilor, de aceea este de preferat o atmosferă plăcută, destinsă, prietenoasă la clasă. Profesorul trebuie să fie apropiat de elevi, îngăduitor în limite rezonabile și să încurajeze imaginația.

Un alt aspect important îl reprezintă creativitatea profesorului spre următoarele direcții:

- proiectarea activităților instructiv-educative;
- organizarea și conducerea activităților didactice, respectiv realizarea activităților de învățare și predare;
- desfășurarea procesului de verificare și evaluare a randamentului școlar al elevilor;
- reglarea demersurilor didactice proprii pe baza informațiilor obținute prin feed-back;
- realizarea de cercetări științifice teoretice și practic-aplicative în domeniul specialității sale și în cel al psihopedagogiei, introducerea și valorificarea unora din rezultatele acestor cercetări în practica școlară curentă.

Cu toate acestea elevii cu potențialități creative superioare au nevoie de asigurarea unor condiții speciale de dezvoltare a acestora, astfel încât ei pot fi depistați cu ajutorul unor teste speciale sau prin observarea directă, la clasă.

Pentru o stimularea a creativității, este necesară cultivarea la elevi a unor capacități precum:

- ✓ dezvoltarea și valorificarea spiritului de observație;
- ✓ cultivarea flexibilității gândirii, a abilităților intelectuale care să le permită elevilor să stabilească dacă o ipoteză este sau nu validă, să renunțe la cele neproductive și să identifice altele;
- ✓ cultivarea curajului de a încerca și a perseverenței, precum și dezvoltarea asumării riscului;
- ✓ dezvoltarea fluidității ideilor și asociațiilor realizate de elevi prin enumerarea unui număr cât mai mare de obiecte, fenomene, procese, elemente de conținut ideatic, în funcție de anumite criterii prestabilite.

Dacă în școala tradițională, accentul cădea pe acțiunea de predare și conținut, rolul central revenind profesorului, școala modernă plasează în centru elevul care își îmbogățește, consolidează, corectează și transformă experiența cognitive, capacitățile și aptitudinile cu scopul perfecționării. Din această cauză profesorul are drept rol de a activa cognitive-afectiv-motivațional-atitudinal potențialul elevului, astfel constituindu-se un echilibru între acțiunile de predare-învățare. Așadar, metodele tradiționale sunt mult mai rigide, în timp ce cele moderne sunt mai flexibile, mai suple.

Profesorul modern lucrează împreună cu elevii săi, cooperând în vederea reușitei învățării. Rolurile sunt bine stabilite: profesorul stimulează căutarea și descoperirea, iar elevii se vor ocupa de activitățile de căutare și descoperire, ei participând activ și conștient la asimilarea cunoștințelor și



formarea personalității. Astfel, se creează un parteneriat în vederea atingerii obiectivelor propuse, a unui standard cât mai înalt în educație. Lucrând împreună cu elevii săi, profesorul poate regla și ameliora activitatea pe parcursul desfășurării procesului de predare-învățare și, nu în ultimul rând, poate aprecia just valoarea eforturilor de învățare depuse de către elevi pe parcursul activităților desfășurate. Foarte importantă în procesul de învățământ este strategia de instruire deoarece ea reprezintă modul în care profesorul reușește să aleagă cele mai potrivite metode, materiale și mijloace, să le combine și să le organizeze într-un ansamblu, în vederea atingerii obiectivelor propuse.

În concluzie profesorul trebuie să găsească atât modalitățile cele mai eficiente prin care să stimuleze potențialul creativ al fiecărui elev în parte, cât și schimbări la nivelul modului de gândire tradițional, a stilului de lucru în clasă, a atitudinii față de elevi. În cazul copiilor cu CES, profesorul trebuie să lucreze individual, adaptând cerințele la nivelul fiecăruia. În funcție de scopul și obiectivele activității didactice, conținutul lecției și particularitățile elevului (vârsta, nivelul dezvoltării psihice, tipul de percepție al elevilor - analitic sau sintetic) și stilul de lucru/personalitatea profesorului, acesta din urmă alege una din metodele activ-participative de predare-învățare: metoda ciorchinelui, brainstorming-ul, turul galeriei, metoda cubului, bulgărele de zăpadă, mozaicul, eseul de 5 minute, metoda predării / învățării reciproce, o perspectivă modernă a prelegerii, metoda cadranelor, jurnalul cu dublă intrare, jocul de rol etc.

BIBLIOGRAFIE

1. Boiron, M., L'innovation en question (s), www.leplaisirdapprendre.com
2. Béchar, J. P., L'enseignement supérieur et les innovations pédagogiques: une récession des écrits, „Revue des sciences de l'éducation”, Vol. XXVII, nr. 2, 2001, www.persee.com.
3. Cerghit, I., Metode de învățământ, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1997
4. Cucoș, C. (coordonatori), Psihopedagogie pentru examenele de definitivare și grade didactice, Editura Polirom, București, 1998
5. Dumitru, I., Dezvoltarea gândirii critice și învățarea eficientă, Editura de Vest, Timișoara, 2001
6. Galand, B., Gillet, M. P., Le rôle du comportement de la direction dans l'enseignement professionnel des enseignants, „Cahier de recherche du GIREF”, www.persee.com.
7. Ionescu M., *Demersuri creative în predare și învățare*, Ed. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2000, p.129
8. Miclea, M., Vlăsceanu, L, Potolea, D., Petrescu. P. (coord.), Nevoi și priorități de schimbare educațională în România – fundament al dezvoltării și modernizării învățământului preuniversitar, 2006, www.edu.ro/index.php/genericdocs/8246.
9. Oprea, C.-L., - *Strategii didactice interactive*, E.D.P. R.A., 2007.
10. Perron, M., Lessard, C., La professionnalisation de l'enseignement et de la formation des enseignants: tout a-t-il été dit?, „Revue des sciences de l'éducation”, Vol. XIX, nr. 1, 1993, www.persee.com.
11. Hassenforder, J., Inovația în învățământ, București, Editura Didactică și Pedagogică, 1976.
12. *** Rapport annuel sur l'état et les besoins de l'éducation, 2004–2005. Le dialogue entre la recherche et la pratique en éducation: une clé pour la réussite, www.cse.gouv.qc.ca/fichiers/documents/publications/CEBE



3.7. ROLUL MOTIVĂRII PERSONALULUI ÎN FORMAREA IMAGINII ÎNTREPRINDERII

Prof. Cătălina Iliciuc
Student Mihaela Botezatu
Colegiul Financiar - Bancar
Chișinău, Republica Moldova

Abstract

In a period when managers put an increasing emphasis on the reputation gained by the company while considering an offer for a job, protection of brand and public image of an organization are becoming increasingly important in attracting, engagement and retaining employees. In time that remuneration remains the most important factor for employees to accept a job, organization's reputation is the second factor taken into consideration, underlining the importance of maintaining a good image when searching for talented employees.

Nowadays, the image of a company, its corporate identity became of fundamental importance. An organization must show transparency and fairness, to manufacture a quality product is not enough. Furthermore, the organization must prove a good corporate "citizen". In the world of developed countries, a growing number of companies start to implement social responsibility activities. Businesses go voluntarily, beyond the law obligations regarding the social and environment protection area and begin to use a number of tools and measures in this regard.

While the economic crisis continues to influence the companies from Moldova, the leadership of many organizations ignore, often aware, the importance of employee satisfaction from the work in that company. As a result, it suffers employer's image, which causes negative consequences regard to the ability to attract and retain qualified personnel. In a business environment which becomes increasingly competitive, the need to invest in the image of an employer that takes care of its employees turns into a real competitive advantage, it allows not only to attract true professionals, but also to keep employees in which the company invested more.

More pronounced compared to previous years, companies feel unable to attract qualified staff, able to solve increasingly difficult tasks, in the conditions of growing competition. For local companies the situation is complicated by the fact that the presence of foreign companies, for which are characteristic developed and efficient systems of human capital management, creates additional difficulties in attracting advanced competent employees.

Corporate social responsibility can be achieved also in relation to the company's employees, which means providing a safe and healthy working environment, providing opportunities for professional and personal development, creating a dialogue through which to monitor their satisfaction and expectations. Through these actions, the company management gets more competent and loyal employees, and society - socially responsible citizens.

Într-o perioadă în care managerii pun accent tot mai mare pe reputația dobândită de companie atunci când analizează o ofertă pentru un loc de muncă, protejarea brand-ului și a imaginii publice a unei organizații devin tot mai importante în atragerea, angajarea și retenția angajaților. În timp ce remunerarea rămâne cel mai important factor pentru care angajații acceptă un loc de muncă, reputația pe care o are organizația este al doilea factor luat în considerare, subliniind astfel importanța menținerii unei imagini foarte bune atunci când se caută angajați talentați.

O organizație trebuie să manifeste transparență și corectitudine; să fabrice un produs de calitate nu mai este suficient. Mai mult, organizația trebuie să se dovedească un bun "cetățean" corporativ.



În lumea țărilor dezvoltate, un număr din ce în ce mai mare de companii încep să implementeze activități de responsabilitate socială. Afacerile trec, în mod voluntar, dincolo de obligațiile legii în ceea ce privește sfera socială și protecția mediului și încep să folosească o serie de instrumente și măsuri în acest sens.

Angajatul ideal - competent și loial - este o preocupare constantă pentru directorii de resurse umane. Cum împiedicăm plecarea angajaților valoroși? Cum îi fidelizăm? Cum îi facem să adere la valorile companiei? Unul dintre răspunsuri ar putea fi brandul de angajator.

În încercarea lor de a atrage candidații care vor face performanță și care se vor simți bine în organizație, companiile au înțeles că trebuie să își scoată la vânzare imaginea și să o promoveze ca pe orice alt produs de marketing. Așa a luat naștere conceptul "employer branding" ("brandingul de angajator").

Brand-ul de angajator este "marca de încredere" - ceea ce face organizația unică pentru fiecare angajat, personalitatea ei. Creșterea preocupării pentru imaginea de angajator este un efect evident al globalizării, care crește concurența pentru atragerea forței de muncă.

Specialiștii definesc conceptul ca fiind "efortul planificat al unei companii de a atrage și a reține cele mai recunoscute talente, folosind aceleași tehnici ca și cele pentru construirea și susținerea unui brand".

Toate activitățile pe care le desfășoară compania - începând cu procesul de recrutare, integrarea angajaților, dezvoltarea carierei, comunicarea internă și externă, recunoașterea meritelor excepționale, încurajarea inovației, programele de responsabilitate socială, pachetele de beneficii oferite angajaților - toate constituie elemente care construiesc imaginea generală a unui angajator.

Se poate spune că nu există un brand de angajator dacă nu există angajați mulțumii, iar imaginea companiei începe cu ei. Motivarea și satisfacția angajaților contribuie la fidelizarea lor. Este o strategie de a trece de la motivația exclusiv salarială la cea bazată pe valori și viziuni comune, pe loialitate și susținere reciprocă.

De ce poate deveni brandul de angajator atât de important? Războiul pentru "talente" a devenit foarte acerb în ultimii ani. Acest război forțează companiile să privească atent în interiorul lor, să afle mai multe detalii despre acele caracteristici care îi determină pe angajați să fie atașați brand-ului și cum trebuie să acționeze pentru a găsi și recruta "talente". Este foarte important ca angajații să înțeleagă promisiunile brand-ului și în plus, să le poată transpune în comportamentele de zi cu zi, atât în relația cu ceilalți colegi, cât și în interacțiunea cu clienții.

În contextul crizei economice ce continuă să influențeze companiile din Moldova, conducerea multor organizații ignoră, deseori conștient, importanța satisfacției angajaților în urma activității în respectiva companie. Drept consecință, are de suferit imaginea de angajator, fapt ce determină consecințe negative cu referire la capacitatea de a atrage și menține personal calificat. În prezent, imaginea unei companii, identitatea sa corporativă au devenit de o importanță fundamentală. Într-un mediu de afaceri care devine tot mai competitiv, necesitatea de a investi în imaginea de angajator ce are grijă de angajații săi se transformă într-un real avantaj competitiv, deoarece permite nu doar atragerea adevăraților profesioniști, dar și menținerea acelor angajați în care s-a investit mult.

Iată de ce apare necesitatea de a cunoaște organizațiile care pot servi model pentru toți agenții economici. Studiul „Cele mai bune companii pentru care să lucrezi” a fost lansat în 2008 de către compania de consultanță și training AXA Management Consulting. Topul dezvăluie percepțiile candidaților în raport cu angajatorii de pe piața moldovenească, oferind astfel informația necesară pentru înțelegerea pieței și pentru dezvoltarea strategiilor de employer branding. La sondaj au participat atât companii consacrate la nivel global, cu o binemeritată notorietate pe piața locală, cât și jucători mai puțin cunoscuți publicului larg, dar dinamici și activi în procesele de recrutare și dezvoltare profesională a angajaților. Topul din 2015 cuprinde doar 10 întreprinderi cu un număr de angajați mai mare de 50 și 5 companii mici au fost selectate în urma evaluării chestionarelor completate de 900 angajați, de la 48 de companii. Chestionarele au avut ca scop determinarea nivelului de satisfacție relaționat la activitățile profesionale sub următoarele aspecte: condițiile de



muncă, oportunitățile de dezvoltare, salariul și beneficiile, colaborarea în companie, comunicarea și viziunea de viitor. Fiecare din aceste categorii a avut trei criterii generale, relevante pentru orice tip de companie, indiferent de domeniul de activitate. În premieră, în studiu au mai fost incluși trei factori noi: comunicare internă, claritatea scopurilor și a structurii organizaționale și sentimentul apartenenței organizaționale.

Ediția 2015 a venit cu anumite modificări în modul în care sunt prezentate rezultatele, în urma sugestiilor companiilor participante. Este vorba de divizarea top-ului celor mai bune companii pentru care să lucrezi în două categorii: categoria companiilor mari, în care au intrat companiile cu un număr de angajați mai mare de 50 și cea a companiilor mici, cu un număr de până la 50 de angajați.

TOP Angajatori ai anului 2015

I. Categoria companiilor mari (peste 50 de angajați)

1. Coca Cola Îmbuteliere Chișinău
2. Orbico
3. ProCredit Bank
4. Red Union Fenosa
5. Petrom Moldova
6. Moldcell
7. Mobiasbancă - Groupe Societe Generale
8. Yopeso
9. Rogob
10. Dra Draexlmaier Automotive

II. Categoria companiilor mici (până la 50 de angajați)

1. Worwag Pharma
2. Avon
3. participant anonim
4. Țurcan Cazac, birou asociat de avocați
5. Conluxart

În acest context am decis să analizăm strategiile motivaționale ale unor companii din top-ul celor mai bune companii pentru care să lucrezi.

Una din companiile care deja mai mulți ani consecutiv se menține în topul celor mai buni angajatori din RM este “ProCredit Bank Moldova”. Banca face parte din grupul ProCredit, condus de compania-mamă ProCredit Holding, cu sediul în orașul Frankfurt, Germania, și include instituții financiare din Europa de Est, Africa și America Latină. Activitățile băncii se bazează pe prestarea serviciilor bancare în țările în curs de dezvoltare.

Politica instituției privind resursele umane se bazează pe filosofia de comunicare deschisă și transparentă printre angajați, și această cultură este împărtășită de toate băncile ProCredit din întreaga lume. În cadrul ProCredit Bank sunt apreciați angajații cu nivel înalt de motivare și care împărtășesc un angajament pe termen lung față de scopurile și obiectivele băncii. Dezvoltarea profesională implică mișcări pe poziții nu numai pe verticală, ci și pe orizontală, permițând angajaților instituției să aplice în practică aptitudinile și cunoștințele proprii într-o varietate de poziții propuse.

ProCredit Bank oferă oportunitatea de dezvoltare profesională și personală prin intermediul Programului Young Bankers. Toți candidații potențiali, care sunt interesați să se alăture echipei ProCredit Bank Moldova, trebuie să treacă procesul unei selecții în șapte etape și să absolutească cu succes Programul Young Bankers. Noilor angajați li se oferă nu doar o instruire profesională inițială, ci și o gamă largă de măsuri de instruire avansată.

Astfel, putem spune că activitățile de sprijinire a dezvoltării profesionale a angajaților se desfășoară în trei nivele:

- Traininguri locale



Se propune atât pentru noii angajați, cât și pentru cei existenți oportunitatea de îmbunătățire intensivă a nivelului limbii engleze în cadrul centrelor ProCredit din Macedonia și Germania.

- Traininguri regionale

Activitățile la acest nivel se referă, în primul rând, la managementul de mijloc și includ programe de dezvoltare profesională, oferite de către Academia Regională ProCredit din Macedonia, precum și traininguri oferite în cadrul diferitor întruniri și seminare la nivel local.

- Traininguri la nivel de grup

Academia ProCredit din Germania organizează un program de dezvoltare profesională pentru personalul de conducere de nivel mijlociu și superior. Această academie oferă programe de training specifice part-time pe perioade de trei ani, având scopul de a dezvolta abilitățile de conducere și management la toate nivelele.

În clasament sunt incluse branduri puternice precum și “Coca-Cola Îmbuteliere Chișinău”. Coca-cola este cel mai valoros brand din lume, potrivit unui top realizat de compania Interbrand. Responsabilitatea corporativă și dezvoltarea durabilă sunt parte integrantă a modului în care își gestionează afacerea. Acest angajament este inclus în misiunea și valorile companiei. Mai există și dorința de a construi o echipă cu standarde profesionale înalte, care împărtășește principiile și valorile etice, deoarece acest fapt va permite să se consolideze imaginea unei companii care deservește clienții într-un mod dedicat și responsabil.

Printre companiile menționate în topul celor mai buni angajatori se numără și întreprinderea cu investiții străine ”DRA Draexlmaier Automotive”, înființată în Moldova de concernul german ”Draexlmaier”. Concernul german ”Draexlmaier” a deschis în Moldova a doua fabrică de panouri de comandă și echipamente electrice pentru autoturismele BMW și alte mărci.

Ca și prima fabrică, cea de-a doua este situată în Zona Economică Liberă Bălți. Întreprinderea este principalul rezident al ZEL din Bălți, care se specializează în fabricarea producției de export, comerțul exterior, în special sortarea, ambalarea, etichetarea și alte operațiuni cu bunuri, care trec în tranzit prin teritoriul vamal al Republicii Moldova. Faptul că avem investiții străine în nordul republicii contribuie mult la crearea locurilor de muncă și dezvoltarea economică nu numai în preajma capitalei. Bineînțeles că aplicând management European, dar și lipsa alternativelor, angajații sunt satisfăcuți de apartenența la această companie.

Într-un mod mai accentuat decât în anii precedenți companiile simt dificultăți în atragerea personalului calificat, capabil să rezolve sarcini din ce în ce mai dificile în condițiile unei competiții în creștere. Pentru companiile locale situația se complică prin faptul că prezența companiilor străine, pentru care sunt caracteristice sisteme dezvoltate și eficiente de management al capitalului uman creează dificultăți suplimentare în procesul de atragere a colaboratorilor de o competență avansată.

Toate studiile recente care încearcă să afle ce anume își doresc angajații arată clar că a apus epoca în care numai salariul conta pentru ei. Pe lângă posibilitățile de dezvoltare profesională sau alte avantaje, angajații încep să țină seama tot mai mult și de aspecte legate de reputația companiei sau de cultura corporatistă.

În concluzie putem spune că fiecare dintre noi prin încercarea de a ne perfecționa, perfecționăm și mediul în care activăm. Oferind oportunități de creștere individuală pentru membrii echipei, se crează un mediu de muncă motivant și dinamic, care este extrem de productiv și corespunde unor standarde etice.

Doar dacă sunt angajați competenți și devotați se pot obține rezultate bune. Cei mai valoroși oameni sunt atrași de brandurile cele mai mari. Decizia de a construi un brand de angajator nu depinde de mărimea companiei. Competitivitatea firmelor mici, cât și a celor mari depinde în aceeași măsură de oamenii talentați, dar organizațiile cu brand puternic atrag talentele adevărate.

Dacă termenul de „corporate branding“ înseamnă construirea relației unei companii cu clienții săi, cu furnizorii și cu partenerii, „employer branding“ înseamnă construirea relației cu angajații, cu piața forței de muncă, cu partenerii de dialog social, cu autoritățile în domeniu.



Investiția în angajați constituie mai mult decât un mijloc de predare a cunoștințelor și abilităților de specialitate. Mai degrabă, este promovarea culturii unei comunicări deschise și dezvoltarea unui stil de management, care permite să se mențină o abordare etică de a face afaceri. Și responsabilitatea socială corporativă poate fi realizată în raport cu angajații companiei, ceea ce înseamnă asigurarea unui mediu de muncă sigur și sănătos, oferirea de oportunități de dezvoltare profesională și personală, realizarea unui dialog permanent prin care să se monitorizeze gradul de satisfacție și așteptările lor. Prin aceste acțiuni managementul companiei obține angajați mai competenți și mai loiali, iar societatea cetățeni social responsabili.

Referințe Bibliografice:

1. Căprărescu G., Stancu D., Laurențiu D., Aron G., „Managementul resurselor umane”, Editura Universitară, București, 2013
2. Ciocîrlan D., „Management strategic”, Editura Universitară, București, 2010
3. Năstase M., „Cultura organizațională și managerială”, Editura ASE, București, 2004
4. www.axa.md
5. www.coca-colahellenic.com
6. www.procreditbank.md

3.8. ELEVII, VIITORI ANTREPRENORI DE SUCCES

Prof. Elvira Maftai
prof. Sergiu Sahlean
Colegiul “Alexandru cel Bun”
Gura Humorului, Suceava, România

Abstract

In social sphere, the knowledge-based society brings a greater access to information and new forms of social interaction and of cultural expression. They have therefore more opportunities to participate and influence the development of their companies.

In the context of the knowledge-based society, the development of skills in the perspective of lifelong learning throughout the life has become a priority for the educational reforms. One of the key competences developed at the class is taking the initiative and entrepreneurship. Still on the banks of the school students are educated in the spirit of entrepreneurship.

Entrepreneurship is not systematically entered in the curricula as a raw material. Students missing sometimes the opportunity to and the presence of innovative ideas, and that the limitation of the financial resources brings more difficult. Some of the teachers are trying to keep up by the fact that they teach students what it means accounting or the statement of accounts, but entrepreneurship is more than that. The rewarder rather theoretical knowledge of the Romanian students than their talent and their dynamism, innovation and creativity.

Through the projects that make the students to work in the so-called "Companies Exercise," which have manager, accounting officer or chief marketing officer, corporations encourages the work in team, the imagination, but and competition.

The organization which involves the students in the activities of entrepreneurship is Junior Achievement România, non-profit organization, which was founded in 1993 and is part of the JA Worldwide®, USA and JA Europe. It is the largest and most dynamic international organization of education Economic and entrepreneurship, programs being followed in 39 countries of Europe and



123 from around the world. In Romania, the programs JA type "learning by doing" are followed annually over 280,000 students from more than 1,600 of institutions of higher education and is to be carried out in partnership with the Ministry of Education and Scientific Research institutions of higher education and the business community.

The teachers and consultants volunteers from the business community gives students a program of entrepreneurship completely, from the identification of a product or service required by the market up to its performance and testing of sale, from the practice in the companies on the setting up of its own company pilot projects.

Our message was heading toward the ability to discern the values, independent of what he says the company.

The largest entrepreneurs and innovators of the world in which we live have been and are some inadaptati system. If a child is not capable of adapting to the educational system, if they make the "nonsense", if it has an energy which often a eliminated by various activities, different Why do the other "young", if it is not possible to focus for a long time, if experience activities at the border of morality and the law etc. - there is a good chance that he might be a simple rebel aggressed by the "system", which seeks to escape. With a little help (from family and people close to), the ability to do not comply with the unwritten rules of the company may turn into an ability to build something better than the reality of existence.

Intelligence combined with a tendency to violate the "rules" - the portrait of the child who has a chance to reach the entrepreneur later.

În sfera socială, societatea bazată pe cunoaștere aduce un mai mare acces la informații și noi forme de interacțiune socială și de expresie culturală. Individizii au, prin urmare, mai multe oportunități de a participa și influența dezvoltarea societăților lor.

La Consiliul European din martie 2000 de la Lisabona, Europa a fixat ca obiectiv strategic pentru următorul deceniu să devină economia cea mai competitivă și dinamică din lume, bazată pe cunoaștere, capabilă de o creștere economică durabilă, cu locuri de muncă mai multe și mai bune și coeziune socială mai mare. Pentru a realiza aceste obiective, este necesară o transformare fundamentală a educației din întreaga Europă și ea trebuie să cuprindă toate componentele care alcătuiesc sistemele educaționale actuale și pentru a dezvolta noi competențe, atitudini și abilități necesare pentru a fi competitiv pe piața muncii.

În contextul societății bazate pe cunoaștere, dezvoltarea competențelor în perspectiva învățării pe tot parcursul vieții a devenit prioritate a reformelor educaționale. Una din competențele cheie dezvoltate la elevi este asumarea inițiativei și antreprenoriat. Încă de pe băncile școlii elevii sunt educați în spiritul antreprenoriatului.

Antreprenoriatul nu este în mod sistematic introdus în curiculă ca o materie transversală. Elevilor le lipsește uneori ocazia de a-și prezenta ideile inovative, iar limitarea mijloacelor financiare aduce și mai multe piedici. Unii profesori încearcă să țină pasul prin faptul că îi învață pe elevi ce înseamnă contabilitatea sau balanța contabilă, dar antreprenoriatul este mai mult decât atât. Sistemul răsplătește mai degrabă cunoștințele teoretice ale elevilor decât talentul și dinamismul lor, inovația și creativitatea.

Prin proiecte care îi fac pe elevi să lucreze în așa-numite "firme de exercițiu", care au manager, contabil sau director de marketing, corporațiile încurajează muncă în echipă, imaginația, dar și competiția.

Organizația care implică elevi în activități de antreprenoriat este Junior Achievement România, organizație non-profit, care a fost fondată în anul 1993 și este parte a [JA Worldwide®](#), USA și [JA Europe](#). JA este cea mai mare și cea mai dinamică organizație internațională de educație economică și antreprenorială, programele fiind urmate în 39 de țări din Europa și 123 din toată lumea. În România, programele JA de tip "learning by doing" sunt urmate anual de peste



280.000 de elevi din peste 1.600 de instituții de învățământ și se desfășoară local în parteneriat cu Ministerul Educației și Cercetării Științifice, instituțiile de învățământ și comunitatea de afaceri.

La Junior Achievement, aduce în România antreprenoriatul real la clasă pentru 700 de liceeni prin proiectul “De la Firmă de Exercițiu la Firmă Reală. Prin antreprenoriat adaugi valoare și locuri de muncă în comunitatea ta”. Prin acest proiect în peste 20 de școli din București și SE Olteniei tinerii vor fi antrenați să dezvolte competențe și abilități de care are nevoie orice elev care se pregătește să ajungă independent financiar și performant în economia adevărată.

Profesorii și consultanții voluntari din comunitatea de afaceri oferă elevilor un program antreprenorial complet, de la identificarea unui produs sau serviciu cerut de piață până la realizarea acestuia și testarea vânzării, de la practică în companii la înființarea propriei companii pilot.

Elevii au oportunitatea să interacționeze cu antreprenori locali, să participe la evenimente de tip Innovation Day și să folosească un hub de resurse și network pentru dezvoltarea unui business real, atât în orașe mari, cât și în mediul urban mic sau rural.

Calea antreprenoriatului nu este un drum presărat cu lapte și miere, ci o adevărată aventură cu suișuri și coborâșuri, în care dorința de a reuși și perseverența sunt caracteristici-cheie. În teoriile economice, antreprenoriatul este privit ca o sursă de inovare și schimbare ce contribuie la stimularea și creșterea productivității și competitivității economice. Majoritatea cercetărilor economice, psihologice și sociologice subliniază că spiritul antreprenorial este mai degrabă un proces decât un fenomen static.

Definițiile antreprenoriatului oferite de literatură de specialitate sunt multiple, în funcție de unghiul din care este privit. Astfel, antreprenoriatul poate fi apreciat ca proces, practică sau mod de gândire.

Activitatea antreprenorială constă în identificarea și valorificarea unor oportunități economice. Activitatea antreprenorială este un proces care se derulează în diferite medii și unități de afaceri ce cauzează schimbări în sistemul economic prin inovări realizate de persoanele care valorifică oportunitățile economice creând valori atât pentru indivizi cât și pentru societate

Antreprenoriatul înseamnă activitate intensă și dedicare, pasiune și viziuni personale, Antreprenoriatul reflectă dorința de a fi cel mai bun, de a obține performanță.

În ceea ce privește antreprenorul, avem în vedere următoarele definiții:

Definiția 1: Antreprenorul este persoana care identifică oportunitatea unei afaceri, își asumă responsabilitatea inițierii acesteia și obține resursele necesare pentru începerea activității.

Definiția 2: Antreprenorul este persoana care își asumă riscurile conducerii unei afaceri.

Definiția 3: Antreprenorul este cel care gestionează resursele necesare funcționării unei afaceri bazate pe inovație.

Definiția 4: Antreprenorul este o persoană fizică autorizată sau o persoană juridică care, în mod individual sau în asociere cu alte persoane fizice autorizate sau cu persoane juridice, organizează o societate comercială în vederea desfășurării unor fapte și acte de comerț, în scopul obținerii de profit prin realizarea de bunuri materiale, respectiv prestări de servicii, din vânzarea acestora pe piață, în condiții de concurență.¹⁸

Antreprenorii se nasc, nu se fac. Oare?... Se poate un întreprinzător forma, dezvolta sau el se naște cu un talent unic? Aceasta reprezintă una dintre cel mai des întâlnite întrebări. Mult timp, s-a crezut că antreprenorii sunt persoane speciale, născuți pentru a fi învingători, extrem de motivați pentru a porni pe propriul drum. Practică economică a ultimelor decenii a probat însă că antreprenorii pot învăța să devină ceea ce visează să fie.

Pentru a transforma o idee de afaceri în succes în primul rând trebuie să ai abilitate, creativitate și un management pentru urmărirea obiectivelor.

Pentru a ajunge un antreprenor de succes trebuie în primul rând să îți asumi anumite riscuri; trebuie să ai capacitatea de a face fața unor încercări grele, trebuie să fii înțelegător. Pentru a avea

¹⁸ Legea 133/ 1999 privind stimularea întreprinzătorilor privați pentru înființarea și dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii



succes în afacere ai nevoie de abilități superioare de planificare și execuție. Totodată trebuie să dezvolți relații de lucru cu colaboratori din diverse medii profesionale. Puterea de decizie și alegerea corectă a priorității acțiunilor trebuie să fie în prim-plan.

În cele din urmă mai este nevoie de rezistență fizică dar și psihică pentru a susține afacerea pe o perioadă îndelungă de timp.

Ce trebuie să facă un antreprenor pentru a avea succes ?

- să creadă cu tărie în potențialul afacerii sale;
- să fie dispus să renunțe la avantajele statutului de angajat;
- să aibă mare toleranță la risc și schimbări neprevăzute;
- să aibă cunoștințe elementare de management, marketing și logistică;
- să aibă capacități de lider și să fie un bun negociator;
- să fie capabil să genereze idei care să îi asigure un avantaj competitiv față de concurență;
- să aibă o viziune clară asupra business-ului și capacitatea să o transmită și oamenilor din echipă;
- să dispună de mijloacele financiare, materiale, umane pentru susținerea noii afaceri.

Perspectiva demarării unei afaceri proprii este tentantă pentru mulți întreprinzători. Dacă inițiativa de business se dovedește un succes, întreprinzătorul va obține avantaje financiare, prestigiu social, își va putea permite un program flexibil și va deveni propriul său șef.

Orice antreprenor trebuie să îndeplinească măcar zece condiții esențiale. Felul în care antreprenorul debutant se va „achita” de aceste condiții este determinat atât de talentul său antreprenorial înnăscut, cât și de aptitudinile dobândite (cunoștințe și experiență) de-a lungul timpului.

Cele zece condiții pot fi folosite pentru a trasa o harta de sarcini și activități pe care antreprenorul trebuie să le îndeplinească pentru a-și asigura succesul afacerii. Oamenii sunt diferiți și au slăbiciuni și puncte forte diferite: unii pot fi extrem de creativi și de competenți, dar se pot dovedi stângaci când vine vorba de relaționarea cu partenerii de afaceri sau cu delegarea răspunderii. Pentru a compensa, antreprenorul fie se va dezvolta în direcțiile deficitare, prin dobândirea de noi cunoștințe și abilități, fie își va găsi parteneri care să punteze exact acolo unde el întâmpină probleme.

Transformarea unei idei de afaceri în succes depinde foarte mult de inițiatorul ei și de așteptările sale. Este nevoie de creativitate, abilitate și un management riguros, dar mai ales de motivația și capacitatea de a inova, de a produce valori noi și a avea puterea de a pune lucrurile mereu în mișcare.

Antreprenoriatul presupune un stil comportamental diferit, definit printr-o serie de atribute de personalitate, dintre care amintim:

- Dorința de a acționa independent de un angajator;
- Imaginație, creativitate și pasiune în identificarea soluțiilor în condiții de criză;
- Orientarea spre rezultate și disponibilitatea de a-și asuma riscuri;
- Capacitatea de a face față unei alerte permanente și discernământ în luarea deciziilor strategice;
- Puterea de a previziona, abilitatea de a reacționa la schimbare și buna adaptare la situații de criză și incertitudine;
- Abilitatea de a comunica, convinge și motiva;
- Etică și integritate;
- Ambiția de a se ridica la standardele cele mai înalte, capacitatea de a învăța din experiențele anterioare și dorința de autodepășire.

Mesajul nostru se îndreaptă spre capacitatea de a discerne valorile, independent de ceea ce spune societatea. Cei mai mari antreprenori și inovatori ai lumii în care trăim au fost și sunt niște inadaptați ai sistemului. Dacă un copil nu se poate adapta sistemului educațional, dacă face „prostii”, dacă are o energie pe care de multe ori o elimină prin activități diverse, diferite de ce fac alți „tineri”, dacă nu se poate concentra mult timp, dacă experimentează activități la granița moralității și a legii etc. – există toate șansele ca el să fie un simplu rebel agresat de „sistem”, care caută să evadeze. De



aici drumul lui se desprinde, când devine adult: fără sprijin și neînțeles de societate, poate deveni un infractor, pe de o parte. Cu puțin ajutor (din partea familiei și a celor apropiați), abilitatea de a nu respecta regulile nescrise ale societății se poate transforma într-o abilitate de a construi ceva mai bun decât realitatea existentă.

Inteligența combinată cu tendința de a încălca „regulile” – portretul copilului care are o șansă mare să ajungă antreprenor mai târziu.

Bibliografie

1. Drucker Peter, Inovația și sistemul antreprenorial, Editura Enciclopedică, București, 1993
2. Năstase Carmen (coord), Ghid de formare antreprenorială, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2006
3. Văduva Sorin, Antreprenoriatul, Editura Economică, București, 2004
4. Wickham A Ph., Strategic entrepreneurship, Third edition, Editura Prentice Hall, 2004
5. <http://www.startups.ro/lectia-de-antreprenoriat>
6. <http://www.jaromania.org>

3.9. STRATEGII DE MARKETING ÎN REUȘITA UNEI AFACERI

Prof. Manolache Anișoara
Prof. Stafie Amalia
Colegiul "Vasile Lovinescu"
Fălticeni, jud. Suceava, România

Abstract

Each business plan or idea has behind it a story but in order for this one to become a successful story any entrepreneur needs a coherent strategy and a well organized plan to be observed. The strategy plan as organizational process, not only does it mean the definition of a short, medium and long term direction but also decisions which involve resources of any kind. Before taking the first steps in business, an entrepreneur must have an answer to at least three questions: What do we do? For whom do we work? What makes us different? In order to differentiate one must capitalize all advantages in front of its competition or even to avoid competition by finding son unexploited niches. This can be achieved if the entrepreneur has a marketing plan well founded. Within this plan the marketing budget can represent a serious headache.

In theory there are more ways to establish the level of the marketing budget. Therefore: the available budget method, objectives method, comparative method, percentage method. In practice there is also the combined budget through which objectives are established, the amount is adjusted and there is a comparison with the budgets allocated by the competition. Once established, the budget has to be periodically supervised, verified and revised.

Another important component of the marketing budget is the branding, which means: name, logo, mark, sign or symbol, famous product, values set, add, an identity or the image projected in the consumer's mind. One can speak about a brand only if that entity managed to be individualized in the minds of the people with whom it interacts.

One of the necessary but not enough conditions for a product to become a "brand" is that the product hast to have a strategy of differentiation. The differentiating strategy must be coherent and to benefit of resources given for what is happening around (direct, indirect competition) otherwise there is the risk of meeting another player. Without coherence there is also the risk to create



confusion in the minds of those with whom we want to interact. The essential elements in the brand construction are: making a difference, consistency, coherence and homogeneity.

The brand construction implies the development of the following steps: analysis, creation and management. In the analysis stage all factors which contribute to the construction of the brand are taken into consideration: market strategy, market, competition, consumers, market and brand opportunities. The creation stage offers the brand personality, difference, coherence, homogeneity - through brand strategy and communication and then design. The last stage is the aimed at launching activities, implementing, assessment, learning, refining.

In launching a new brand it is recommended to avoid some things: planning of launching a short while before the market launch, a "nailed" launching plan, giving the responsibility for the launching to the president or other company leaders.

Name choice must not be ignored either. Even though this does not represent everything in choosing a successful brand, an unfortunate choice will definitely reduce right from the beginning the chances of winning a good position on the market, an easy to remember name, which speaks the clients' language, will function as a real fire engine, pulling after it the interest or the will to acquire of consumers.

It is already known the fact that promotion strategies for market products and services are varied and big consumers of human resources but especially financial - we all know how much it costs on minute of publicity on the radio or TV. For an entrepreneur, whose promotion resources are limited compared to the ones a corporation might have, it is vital to find some alternative which imply a reduced budget.

Therefore the concept of guerilla marketing appeared used for the first time by Jay Conrad Levinson in his book „Guerrilla marketing” in which he describes this method as being a method of marketing, promotion and publicity with extremely reduced costs or with no cost. Some called it unconventional marketing others said it was an extremely aggressive marketing. Compared to the classical marketing there are various differences which make guerilla marketing more accessible to a great number of companies.

Fiecare idee sau plan de afaceri are în spate o poveste, dar pentru ca aceasta să se transforme într-o poveste de succes, orice antreprenor are nevoie de o strategie coerentă și un plan bine realizat, pe care să-l respecte cu strictețe. Planul strategic, ca proces organizațional, nu înseamnă numai definirea unei direcții pe termen scurt sau mediu și lung, ci și decizii care implică resurse de toate felurile. Înainte de a face primii pași în afaceri, un antreprenor trebuie să aibă un răspuns clar la cel puțin trei întrebări: Ce facem? Pentru cine facem? Prin ce ne diferențiem? Pentru diferențiere trebuie exploatate toate avantajele în fața concurenței sau chiar evitarea competiției, prin găsirea unei nișe neexplorate. Acest lucru se poate realiza dacă antreprenorul are un plan de marketing bine fundamentat. În cadrul acestuia, bugetul de marketing poate reprezenta o adevărată bătaie de cap .

În teorie există mai multe modalități de a stabili nivelul bugetului de marketing. Astfel: metoda bugetului disponibil care arată că dacă prin planificare se stabilește că se poate cheltui o sumă anume, atunci există tendința de limitare la suma respectivă și de includere a cât mai multor activități de marketing în bugetul respectiv. Dacă se utilizează metoda obiectivelor, bugetul se stabilește astfel încât să poată fi atinse obiectivele propuse. Prin metoda comparativă, se iau în calcul bugetele estimative ale competitorilor. Se poate alocă o sumă similară sau chiar mai mare decât cea a concurenței. metoda procentului din vânzări se bazează pe premisa că dacă activitățile de marketing pot reprezenta maximum 5% din vânzări, pe măsură ce se realizează vânzările se economisesc 5% din vânzări pentru activități de marketing .

În practică se întâlnește și situația bugetării combinate, prin care se stabilesc obiectivele, se ajustează suma și se face comparația cu bugetele alocate de competitori. Odată stabilit , bugetul trebuie periodic urmărit, verificat și revizuit.

O altă componentă importantă a planului de marketing o constituie realizarea unui branding,



adică: nume, logo, marcă semn sau simbol, un produs faimos, un set de valori, reclamă, o identitate sau imaginea proiectată în mintea consumatorului. Se poate vorbi de un brand doar dacă entitatea respectivă a reușit să se individualizeze în mintea celor cu care interacționează.

Una dintre condițiile necesare dar nu suficiente pentru ca un produs să devină „brand” este ca produsul să aibă parte de o strategie de diferențiere. Strategia de diferențiere trebuie să fie coerentă și să beneficieze de resurse acordate la ceea ce se întâmplă în jur (competiția directă, indirectă), altfel există riscul de întâlnire cu un alt jucător. Fără coerență, există riscul de a se crea confuzie în mințile celor cu care vrem să interacționăm. Elementele esențiale în construcția de brand sunt: diferențierea, constanța, coerența și omogenitatea

Construcția unui brand presupune parcurgerea succesivă a următoarelor etape: analiza, creația și managementul. În etapa de analiză se iau în considerare toți factorii care contribuie la construcția brandului: strategie de afaceri, piață, competiție, consumatori, oportunități de piață și de brand. Etapa de creație oferă brandului personalitate, diferențiere, coerență, omogenitate - prin strategie de brand și comunicare și apoi design. Ultima etapă este destinată activităților de lansare în piață, implementare, evaluare, învățare, rafinare.

În lansarea unui nou brand este recomandat a se evita câteva lucruri precum: planificarea lansării cu puțin timp înainte de intrarea pe piață, un plan de lansare „bătut în cuie”, atribuirea responsabilității lansării președintelui sau altor lideri ai companiei. Nimic nu este mai dezarmat pentru un consultant în PR sau marketing decât să aibă un client care să-l sune și să-i spună „Avem un produs extraordinar ce va fi gata de lansare luna viitoare. Poți să dezvolti un plan de lansare până săptămâna viitoare?”

De asemenea puține dintre lansările de noi produse decurg conform planului. Deseori intervin probleme în procesul de producție iar distribuția întârzie. Trebuie elaborată o strategie de lansare flexibilă, menținerea unui dialog permanent între echipa de comunicare și cei care se ocupă de producție, astfel încât calendarul campaniei de lansare să fie în concordanță cu intrarea pe piață și posibila apariție a produsului în spațiile de retail. Nu are niciun rost să facem o campanie de lansare a unui produs care nu va apărea pe rafturi timp de o lună de acum înainte din cauza unor probleme cu distribuția.

Este cunoscut faptul că brand managerii sau product managerii sunt cei mai potriviți să se ocupe de coordonarea procesului de lansare. Implicarea și sprijinul CEO-ului, ale președintelui sau ale altor lideri sunt foarte importante pentru succesul lansării, însă suportul lor nu trebuie să aibă un caracter zilnic. Ei trebuie ținuti la curent cu tot ce se întâmplă ca să poată lua decizii și să se asigure că sunt alocate resursele necesare.

O altă pârghie ce trebuie valorificată pentru reușita lansării unui produs o constituie angajații companiei. Angajații sunt cei mai buni ambasadori ai brandului. Ei trebuie informați despre planul de lansare și trebuie pregătiți să vorbească despre noul produs cu familiile și prietenii lor. Este important ca aceștia „fideli pasionați” să fie implicați în strategia de lansare astfel încât să întărească ceea ce urmează să se spună când produsul ajunge în circuitul comercial, de afaceri și în presă.

Importante sunt și numărul de potențiale canale media care pot să vorbească despre lansarea unui nou produs. Trebuie cunoscute informațiile de ultimă oră despre fiecare canal media pentru a ne asigura că publicul acestuia este și publicul nostru. Nu trebuie omise canalele media online.

Atenție deosebită trebuie acordată realizării unui plan de criză deoarece numărul de lucruri care pot să meargă prost când un nou produs intră pe piață este nelimitat. Trebuie luate în considerare toate greșelile posibile pentru ca planul de criză să poată furniza remedii pentru orice problemă s-ar ivi. Întotdeauna este mai bine să existe un plan de criză decât să se încerce încropirea unuia când se ivește o problemă majoră care amenință brandul.

Nu trebuie ignorată nici importanța alegerii numelui. Chiar dacă acesta nu reprezintă totul în crearea unui brand de succes, alegerea neinspirată cu certitudine reduce din start șansele de câștigarea a unei poziții bune pe piață. Un nume ușor de reținut, care vorbește pe limba clienților respectivului produs, va funcționa ca o adevărată locomotivă, trăgând după ea și interesul sau dorința de achiziție



a consumatorilor.

Pentru alegerea numelui potrivit se studiază toată piața pentru a ne cunoaște competiția, se poziționează compania pe piață, se stabilesc indicatorii după care se analizează un nume: relevanță, unicitate, sens, forță. De asemenea, se fac liste cu sute sau chiar mii de nume și apoi prin procese de selecție succesive pe baza indicatorilor stabiliți anterior se face o listă scurtă. Pentru numele din lista scurtă se verifică posibilitatea obținerii de marcă înregistrată pe piețele țintă. Cuvintele inventate sunt mai ușor de protejat decât cele găsite în dicționar. Numele poate fi folosit în campanii publicitare virtuale, poate fi testat în focus – group - uri, se testează lingvistic, în cercetări de piață.

Trebuie evitate câteva greșeli ce pot fi făcute în alegerea unui nume. Astfel, lipsa sau insuficienta documentare despre brandurile concurente, duce la alegerea unor nume asemănătoare care nu fac decât să genereze confuzii în mintea consumatorilor; alegerea unui nume cu conotații negative sau a unor nume care nu comunică nimic sau comunică despre un brand cu totul altceva decât ceea ce reprezintă respectivul brand; lipsa protecției legale a numelui. Un nume neprotejat din punct de vedere legal este o investiție foarte riscantă, deoarece în orice clipă poate să apară o companie concurentă care să ceară interdicția respectivului nume pe o anumită clasă de produse. Toate aceste „câteva detalii” pot face diferența între o reușită sau eșecul unui plan de marketing. O altă componentă a unui plan de marketing eficient o constituie promovarea.

Este deja cunoscut faptul că strategiile de promovare a produselor și serviciilor pe piață sunt foarte diverse și mari consumatoare de resurse umane dar mai ales financiare - cu toții știm cât de mult costă un minut de publicitate în radio sau televiziune.

Pentru un antreprenor, ale cărui resurse de promovare sunt limitate în comparație cu cele pe care le are la dispoziție o corporație este vitală găsirea unor alternative care să presupună un buget redus.

A apărut astfel conceptul de **guerrilla marketing**, folosit pentru prima dată de Jay Conrad Levinson în cartea sa „Guerrilla marketing” în care descrie această metodă ca fiind o formă de marketing, promovare și publicitate cu costuri extrem de reduse sau fără cost. Unii l-au numit marketing neconvențional, alții au spus că este un marketing extrem de agresiv. Față de marketingul clasic există numeroase diferențe care fac guerrilla marketing-ul accesibil unui număr mare de companii. Iată câteva metode de guerrilla marketing:

Exersarea și îmbunătățirea capacității de a vorbi în public. Trebuie să vorbim despre domeniul nostru de activitate, fără să cerem bani, în cluburi, reuniuni sau organizații ale comunității locale. Este important să fim bine informați pentru a putea răspunde direct la toate întrebările iar dacă nu putem fi de ajutor îi orientăm pe cei interesați către cineva capabil să răspundă.

De asemenea ținere periodică a unei rubrici în diferite publicații. Este posibil ca publicația respectivă să nu ne plătească, însă ne va da posibilitatea ca la sfârșitul articolului să ne semnăm și să menționăm numele firmei pe care o conducem.

Este bine de știut că trimiterea unei felicitări clienților și cu alte ocazii decât de sărbători poate avea un efect mai pregnant în mintea clientului. Toată lumea trimite felicitări de Crăciun, Paște și acestea se pierd printre teancurile de multe alte felicitări. Dacă trimitem în schimb o felicitare cu ocazia primei zile de primăvară, vară, toamnă, iarnă ori felicităm un client fidel cu ocazia absolvirii facultății de către fiica sa cu siguranță îl vom surprinde plăcut.

Așadar, trebuie să vorbim mult despre afacerea noastră în toate mediile offline/online, în orice conjunctură și să fructificăm toate oportunitățile. Dacă nu o facem noi, nimeni altcineva nu o va face.

Rezumat

Fiecare idee sau plan de afaceri are în spate o poveste, dar pentru ca aceasta să se transforme într-o poveste de succes, orice antreprenor are nevoie de o strategie coerentă și un plan bine realizat, pe care să-l respecte cu strictețe. Planul strategic, ca proces organizațional, nu înseamnă numai definirea unei direcții pe termen scurt sau mediu și lung, ci și decizii care implică resurse de toate felurile. Înainte de a face primii pași în afaceri, un antreprenor trebuie să aibă un răspuns clar la cel puțin trei întrebări: Ce facem? Pentru cine facem? Prin ce ne diferențiem? Pentru diferențiere trebuie



exploatate toate avantajele în fața concurenței sau chiar evitarea competiției, prin găsirea unei nișe neexplorate. Acest lucru se poate realiza dacă antreprenorul are un plan de marketing bine fundamentat. În cadrul acestuia, bugetul de marketing poate reprezenta o adevărată bătaie de cap .

În teorie există mai multe modalități de a stabili nivelul bugetului de marketing. Astfel: metoda bugetului disponibil, metoda obiectivelor, metoda comparativă, metoda procentului. În practică se întâlnește și situația bugetării combinate, prin care se stabilesc obiectivele, se ajustează suma și se face comparația cu bugetele alocate de competitori. Odată stabilit, bugetul trebuie periodic urmărit, verificat și revizuit.

O altă componentă importantă a planului de marketing o constituie realizarea unui branding, adică: nume, logo, marcă semn sau simbol, un produs faimos, un set de valori, reclamă, o identitate sau imaginea proiectată în mintea consumatorului. Se poate vorbi de un brand doar dacă entitatea respectivă a reușit să se individualizeze în mintea celor cu care interacționează .

Una dintre condițiile necesare dar nu suficiente pentru ca un produs să devină „brand ” este ca produsul să aibă parte de o strategie de diferențiere. Strategia de diferențiere trebuie să fie coerentă și să beneficieze de resurse acordate la ceea ce se întâmplă în jur (competiția directă, indirectă), altfel există riscul de întâlnire cu un alt jucător . Fără coerență, există riscul de a se crea confuzie în mințile celor cu care vrem să interacționăm. Elementele esențiale în construcția de brand sunt: diferențierea, constanța, coerența și omogenitatea

Construcția unui brand presupune parcurgerea succesivă a următoarelor etape: analiza, creația și managementul. În etapa de analiză se iau în considerare toți factorii care contribuie la construcția brandului: strategie de afaceri, piață, competiție, consumatori, oportunități de piață și de brand. Etapa de creație oferă brandului personalitate, diferențiere, coerență, omogenitate - prin strategie de brand și comunicare și apoi design. Ultima etapă este destinată activităților de lansare în piață, implementare, evaluare, învățare, rafinare.

În lansarea unui nou brand este recomandat a se evita câteva lucruri precum: planificarea lansării cu puțin timp înainte de intrarea pe piață, un plan de lansare „bătut în cuie”, atribuirea responsabilității lansării doar președintelui sau altor lideri ai companiei.

Nu trebuie ignorată nici importanța alegerii numelui. Chiar dacă acesta nu reprezintă totul în crearea unui brand de succes, alegerea neinspirată cu certitudine reduce din start șansele de câștigarea a unei poziții bune pe piață, Un nume ușor de reținut, care vorbește pe limba clienților respectivului produs, va funcționa ca o adevărată locomotivă, trăgând după ea și interesul sau dorința de achiziție a consumatorilor.

Este deja cunoscut faptul că strategiile de promovare a produselor și serviciilor pe piață sunt foarte diverse și mari consumatoare de resurse umane dar mai ales financiare - cu toții știm cât de mult costă un minut de publicitate în radio sau televiziune. Pentru un antreprenor, ale cărui resurse de promovare sunt limitate în comparație cu cele pe care le are la dispoziție o corporație este vitală găsirea unor alternative care să presupună un buget redus.

A apărut astfel conceptul de **guerrilla marketing**, folosit pentru prima dată de Jay Conrad Levinson în cartea sa „Guerrilla marketing” în care descrie această metodă ca fiind o formă de marketing, promovare și publicitate cu costuri extrem de reduse sau fără cost. Unii l-au numit marketing neconvențional, alții au spus că este un marketing extrem de agresiv. Față de marketingul clasic există numeroase diferențe care fac guerrilla marketing-ul accesibil unui număr mare de companii.

Marketingul înseamnă inițierea și întreținerea unui dialog – dialog care acum se poartă în mai multe medii și cu mai multe categorii de public. În mod natural, marketingul și brandurile, în speță, se mută acolo unde se află și publicul lor în cazul de față, pe internet. Așadar, marketingul online e tot marketing, doar canalul de comunicare se schimbă iar de aici decurg o serie de reguli și concepte noi.



Înainte de a face marketing online trebuie stabilite clar obiectivele, cuantificate beneficiile pe care le-ar aduce o campanie de online marketing, cunoscuți potențialii clienți pe internet, dacă este internetul un canal de comunicare pentru nevoile de business ale companiei.

Marketing online poate fi măsurat, ceea ce înseamnă că activitățile care îl compun pot fi mai bine planificate, pot avea mai multe rezultate față de o activitate offline și pot fi optimizate din mers, știind mereu impactul și valoarea fiecărui element.

Bibliografie

1. Balaure, V., *Marketing- ediția a II-a revăzută și adăugită*, Editura Uranus, București, 2002.
2. Berry, L. Leonard, Seltman, D. Kent, *Management Lessons from Mayo Clinic*, McGraw-Hill, 2008.
3. Besson Richard, David Jackson, *Services Retailing- Ajournal of Retailing*, nr.8/1975
4. Kotler, Ph., *Principles of Marketing*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1982

3.10. EVALUAREA RISCURILOR ÎN AFACERILE ELECTRONICE

**Prof. Olari Ana
Elev Paduca Vadim
CEITI
Chișinău, Republica Moldova**

Abstract

Realizing this work, we understood what is an electronic business. We highlighted the most important things which must do and know a person to make an electronic business.

First, we had listed more types of electronic business. We described the steps about how you can establish an electronic business, so, if every human invention is making risk we decided to specify some categories of the most important risks, as the people who want to deploy an electronic business would avoid this kind of risks.

Making this report and getting informed from many sources, I want specify something about risks that can appear, because this risks can produce a lot of damages for an electronic business, so the success is not guaranteed. When we establish an electronic business, we must analyze every circumstance.

To have a successful electronic business, we must analyze every risk, we have to ensure that this risk will not happen and then we will not lose those financial resources that we had invest in this business.

Analyzing the types of electronic business, we released that all of them are facing with the same risks that we mentioned.

One of the most important risk in an electronic business is breaking-site, that can stop the activity, so use all possible methods to protect the website, as an antivirus, because a virus can damage your website.

Nowadays, there are a lot of applications that can protect your website as:

- 1. SQL Injection;**
- 2. Cross-site Scripting (XSS);**
- 3. Verbose Errors;**
- 4. Logic Flaw;**



5. *Authorization Bypass;*
6. *Authentication Bypass;*
7. *Vulnerable Third Party Software;*
8. *Session Handling Flaw;*
9. *Cross-site Request Forgery (CSRF) 4/25;*
10. *Source Code Disclosure.*

Another big risk that can appear in an electronic business are advertisings. The excess of advertisings can make a lot of errors, as introducing few information can deteriorate relations with partners and visitors.

Caracteristicile afacerilor electronice

Pentru ca o afacere să supraviețuiască este necesar ca potențialii ei clienți să știe de existența acesteia. World wide web oferă o oportunitate unică, aceea de a permite lumii să afle despre existența companiei, despre produsele și serviciile pe care ea le oferă și dispune de mijloacele care permit clienților să comande produsele și serviciile pe care firma le oferă, toate acestea utilizând internetul. Afacerile derulate pe web sunt asemănătoare afacerilor realizate într-o manieră tradițională: oferă posibilitatea de a vă prezenta potențialilor clienți sau parteneri, să afle cine sunteți, ce faceți, ce produse le puteți oferi și unde puteți fi găsiți. Prezența companiei pe web, prin intermediul unui site are câteva avantaje clare comparativ cu deschiderea unui sediu fizic al firmei. Avantajele pot fi împărțite, în funcție de beneficiarul lor direct, în avantaje directe ale firmei, avantaje ale beneficiarilor produselor și serviciilor firmei și avantaje ale societății.

Categorii de afaceri electronice

În ceea ce privește afacerile electronice există o multitudine de categorii în care aceste sunt împărțite. Strâns legate de afacerile electronice este comerțul electronic.

- **comerțul electronic (e-commerce)** este procesul de cumpărare, vânzare sau schimb de produse, servicii sau informații prin intermediul rețelelor de calculatoare.
- **afacerile electronice (e-business)** nu se limitează la cumpărarea și vânzarea de bunuri sau servicii, ci includ și facilități pentru servirea cumpărătorilor, colaborarea cu partenerii de afaceri sau conducerea unei organizații prin mijloace electronice.

Ccum câțiva ani hewlett-packard lansa sub numele de servicii electronice (e-services), o serie de soluții complete pentru afaceri, formate dintr-o componentă hardware, o parte software și consultanță pentru afaceri. Există posibilitatea ca numai anumite activități din cele ale afacerilor tradiționale să fie automatizate.

Astfel afacerile electronice pot fi parțiale sau totale și ele presupun desfășurarea a cel puțin uneia din următoarele activități:

- prezenta on-line (existența unui site de prezentare);
- comanda on-line;
- plata on-line;
- transmiterea on-line a produsului sau serviciului.

Strâns legată de comerțul electronic este piața virtuală, aceasta reprezentând locul unde se întâlnesc cumpărătorii și vânzătorii pentru schimbul de produse, servicii sau informații contra bani.

Afacerile electronice existente la ora actuală au fost împărțite în câteva mari categorii și anume:

1. **Business to business (b2b)** reprezintă un model de comerț electronic în care toți participanții care participă la tranzacții sunt companii sau organizații. Acest tip de afaceri folosesc ca mediu de comunicare extranetul vânzătorului de servicii. Celelalte categorii de afaceri electronice folosesc ca mediu de comunicare rețeaua internet.

2. **Business to consumer (b2c)** este un model de comerț electronic în care companiile oferă persoanelor fizice, prin intermediul magazinelor on-line (s-shop) o serie de servicii similare celor ale comerțului tradițional: informări despre produsele/servicii, oferte speciale, discounturi, plata electronică a produselor achiziționate, achiziționarea de produse. Magazinele electronice au la bază un site web care este administrat de o firmă pentru promovarea și vânzarea de produse și/sau servicii.
3. **Consumer to business (c2b)** este o categorie de afaceri electronice în care persoanele fizice (consumatori) utilizează internetul pentru a-și vinde produsele sau serviciile firmelor și/sau caută vânzători să liciteze pentru produsele sau serviciile de care au nevoie.
4. **Consumer to consumer (c2c)/e-auction** – model în care consumatorii își vând direct altor consumatori produsele și serviciile prin intermediul unor licitații on-line.
5. **M-commerce** sau comerțul mobil în care tranzacțiile și activitățile de comerț electronic sunt conduse prin intermediul telefoanelor mobile. Cele mai frecvente servicii oferite sunt livrarea de informații, vânzarea de bilete la spectacole etc.
6. **E-banking** presupune realizarea de tranzacții bancare on-line, transfer de bani din conturile deschise la bănci, plăți electronice, consultanță bancară.
7. **E-directories** sau cataloage de informații sunt site-uri, ca de exemplu www.yahoo.com, care își organizează informațiile pe categorii de concepte.
8. **E-engineering** pentru proiectarea electronică distribuită realizată pe web.
9. **E-gambling** oferă jocuri de noroc virtuale.
10. **E-learning** reprezintă sisteme instruire virtuală.
11. **E-mailing** sunt foarte cunoscutele servicii de poșta electronică.
12. **E-working** sau întreprinderi virtuale.
13. **E-operational resources management** oferă echipamente de calcul, produse pentru întreținere și reparații etc.
14. **E-procurement** (aprovizionare electronică) folosită pentru procurarea bunurilor și serviciilor de către marile companii și autorități publice. Prin publicarea pe web a specificațiilor ofertei, scad atât timpul cât și costul de transmisie, mărindu-se și numărul de firme care iau parte la licitație. Sistemul duce la creșterea concurenței și automat scăderea prețului.
15. **E-trading/e-brokering** sisteme de bursă virtuală folosite pentru cumpărarea și vânzarea on-line a acțiunilor.
16. Prin **e-leasing** sunt oferite sisteme de leasing electronic.
17. **Government-to-business (g2b)** reprezintă un model de afaceri electronice în care o instituție guvernamentală cumpără sau vinde bunuri, servicii sau informații persoanelor juridice.
18. **Government-to-consumer (g2c)** - acoperă relații guvern-cetățeni la nivel de informare și prestare de servicii publice. În această categorie intră site-urile pentru plata on-line a taxelor și impozitelor.

Etapele realizării unei afaceri electronice

Etapele realizării afacerilor electronice sunt similare celor realizării afacerilor tradiționale și anume:

- analiza afacerii electronice;
- argumente pentru o afacere electronică;
- identificarea riscurilor;
- proiectarea;
- realizarea;



- promovarea;
- administrarea afacerii.

Analiza afacerii are ca principale etape:

1. identificarea tipului de afacere și încadrarea ei într-una din categoriile de afaceri electronice prezentate;
2. stabilirea obiectivelor și performanțelor afacerii;
3. stabilirea canalului/canalelor ce vor fi utilizate pentru vânzarea și distribuția produselor/serviciilor;
4. alegerea unui furnizor de servicii internet (isp), care va oferi și servicii de găzduire a site-ului;
5. stabilirea imaginii și conținutului site-ului; acesta trebuie să fie scalabil și să aibă implementate elemente de securitate;
6. alegerea strategiei de promovare a produselor și a site-ului;
7. alegerea mijloacelor și a modalităților ce vor fi folosite pentru plata produselor/serviciilor: cecuri, cărți de credit etc.

Este necesară identificarea **riscurilor** care pot să apară în realizarea unei afaceri electronice. Există o serie de **riscuri** suplimentare ale afacerilor electronice față de riscurile afacerilor tradiționale care trebuie avute în vedere și anume:

1. dacă în cazul afacerilor tradiționale competiția era locală sau națională, acest lucru depinzând de aria de întindere a afacerii, în cazul afacerilor electronice competiția este mondială deoarece localizarea companiei nu mai are, în majoritatea cazurilor, nici o importanță;
2. un factor cheie în desfășurarea afacerilor electronice îl reprezintă securizarea site-ului;
3. “spargerea” site-ului ducând la imposibilitatea desfășurării afacerii;
4. viabilitatea – există anumite tipuri de activități/ domenii pentru care nu este oportună construirea unei afaceri electronice;
5. existența unui nivel scăzut din partea clienților implicați în achiziționarea de produse și servicii on-line;
6. existența unei posibilități destul de ridicate ca afacerea existentă on-line să ascundă diverse cazuri de fraude on-line.
7. Surplus de reclame, pe site-ul web.
8. Puțină informație introduse, tot duce la un risc de-a pierde clienții, deoarece nu este înțeles cu ce scop este creat acest site web.

Există câteva primejdii care ar putea pune afacerea în pericol și anume:

- pierderea încrederii clienților în situația în care afacerea ar avea un punct vulnerabil sau dacă aceștia nu ar constata că produsele sau serviciile nu corespund descrierii acestora;
- fluxul virușilor este o primejdie deosebită pentru site și aceștia pot pune în pericol afacerea, dacă site-ul nu este securizat suficient;
- posibilitatea fraudei – există o serie de cazuri în care diferite persoane au folosit informații însușite fraudulos sau au intrat pe site-uri prin punctele sale vulnerabile și au beneficiat de produse/servicii prin fraudă.



3.11. VALENȚE ALE CONCURENȚEI ÎN ANTREPRENORIASI- POLITICI U.E

prof. Oniu Aida
Colegiul Economic "Dimitrie Cantemir"
Suceava, România

Abstract

It is generally acknowledged that the individual will try to adapt to the natural environment and social life, which means that he/she will need to know what competition means. Firstly, the individual will compete with himself, in order to overcome limits and to be in a favorable position in society. Then, he will have to compete with other competitors, using certain skills, which will allow him to be in a winning position. If we refer to the economic sphere, an entrepreneurship will have to compare regularly to other competitors in the field. Of course, a dominant position on a market is not a hazardous process, the economist will use but all the resources and skills in order to gain it.

A real competition is the core of a functional market economy that has been created, thus, a suitable framework for the development of innovation and, consequently, a range of more qualitative goods and services offered by entrepreneurships.

The European community attaches great importance to competition policy at the Community level; the legislation has been modernized, starting from the 1st May 2004, so as to respond to the new approaches and challenges. Enforcing the laws is another priority, and the purpose of hardened sanctioning policy and other legal instruments in this respect has been created in order to ensure the effective implementation of competition principles.

In the Romanian Law, prior to the adoption of the Law of Competition, there was another legal instrument to transpose into a rigorous Community principles laid down in article 101 and article 102 of the Treaty on the Functioning of the European Union, relating to anticompetitive practices. The Law of Competition no. 21/1996, with subsequent amendments and additions, is the general act governing the field of competition, as a guarantee of knowledge and respect for the rules in the development and strengthening of a market economy.

Taking into account the developments of the national legislation in this area, as well as its adaptation to Community rules, this work aims to provide an overview of the rules of competition, in the light of the provisions of the Law of Competition no. 21/1996, the Law on Unfair Competition no. 11/1999. Alike, were considered the primary and secondary Community law and the jurisprudence of the European Court of Justice.

This study presents rules of secondary legislation, prepared in accordance with the Law of Competition; the competition authority in Romania is fully harmonized with the Community legislation. In view of the finality of the modern practice of legal provisions in the competition, in carrying out this work we brought into attention cases in which the Authority of Competition has made its applicability; we have revealed the solutions given by the competent Court in proceedings for judicial review over administrative acts issued by the competition

This study, starts with the presentation of the general competitive policies of EU, analyzing their importance through the definition of the concept „endorsement policy”; I have also discussed the prohibited practices and the objectives of the policy, from European settlements in the field to its evolution in the Romanian market. I have also presented the role of European institutions in the field, as the European Commission has as a primordial mission the promotion of the general European interest, ensuring a good application of EU regulation in the competition field.



The motivation for the present paper: I consider study can be a useful tool for knowing the entrepreneurship rules and law in the competition field, person involved in cases of competition or interested in this field, as well as for any professional who wants to know better the mechanisms of a functional market economy and its benefits for the citizen, as a last resort, in his capacity as a consumer.

The competition is a determining phenomenon, essential in the success or failure of companies. It determines the opportunity of those activities of a firm which can contribute to its performance, such as innovation, uniform culture or judicious implementation.

Approving and implementing regulation that maintain or develop barriers to free market competition or that favor the anticompetitive conduct of undertakings have a particularly detrimental effect on economic development and consumer welfare.

In this context, through this work, I tried to analyze the phenomenon of competition in the terms of the normative framework applicable in Romania and in the European Union. From the definition of the concept, the presentation shapes known of the competition phenomenon, by analyzing major aspects of the study of competition and synthesizing the ideas in this area, the rules attempted to highlight important issues on which a new entity that would need to know to meet existing competition and become effective.

At the end of these short considerations, I wish to say that my views are expressed in a personal approach, without engaging in any other way the Competition Council.

Piața este instituția centrală în jurul căreia gravitează viața economică, iar concurența reprezintă o trăsătură definitorie a pieței.

Concurența reprezintă un comportament specific, interesat al unor subiecți de proprietate care, pentru a-și atinge obiectivele, intră în raporturi de cooperare și confruntare cu ceilalți. Ea este o manifestare a liberei inițiative pentru că în concurență fiecare acționează din *interes*: cumpărătorul caută vânzătorii cu prețul cel mai mic, calitatea cea mai bună, condițiile de livrare a bunurilor de consum și factorilor de producție cele mai favorabile. Vânzătorii/antreprenorii se întrec între ei pentru a atrage cumpărători cât mai mulți, cu forță economică ridicată, stabili în achiziții, receptivi la preț și alte favorabilități.

Este cunoscut faptul că omul va încerca pe tot parcursul vieții să se adapteze mediului înconjurător și social, ceea ce înseamnă că va avea nevoie să știe ce înseamnă concurența. Mai întâi va concura pentru el însuși, pentru a-și depăși limitele și pentru a câștiga o poziție favorabilă în societate. Apoi va trebui să intre în competiție alături de alți indivizi, acolo unde va uza de acele abilități și talente care îi vor conferi poziția de învingător. Dacă ne referim la sfera economică, un antreprenor va trebui să se raporteze în permanență la competitorii de pe piață. Desigur, această poziție superioară nu se câștigă la întâmplare, însă un antreprenor va trebui să își pună în joc toate resursele și talentul pentru a lupta în cursa pentru poziția dominantă în piață.

O competiție reală este nucleul unei economii de piață funcționale ce a creat, deci, un cadru potrivit pentru dezvoltarea inovării și, în consecință, pentru diversificarea bunurilor și serviciilor și calitatea crescândă a acestora oferite de antreprenori.

În toate țările sunt în vigoare reglementări juridice privind regulile desfășurării concurenței, sancțiunile care se aplică celor care le încalcă, organismele abilitate să o supravegheze și să aplice măsurile punitive. În lipsa supravegherii și reglementării, concurența se poate autodistrage.

În contextul în care aprobarea și implementarea regulilor care mențin sau dezvoltă barierele dezvoltării unei concurențe de piață, sau favorizează conduite anti-concurențiale (cu un efect negativ pentru dezvoltarea economică și bunăstarea consumatorului), am considerat necesar să analizez fenomenul concurenței în termenii cadrului normativ aplicabil în România și UE. Pornind de la definiția acestui concept prezint aspectele cunoscute ale fenomenului, analizând de asemenea, în mod sintetic, aspectele și problematicile majore ale domeniului, pe care orice nouă entitate economică trebuie să le cunoască pentru a fi eficientă.



Comunitatea europeană conferă importanță politicilor concurențiale la nivel comunitar; legislația a fost modernizată începând cu 1 mai 2004, pentru a răspunde noilor abordări și provocări. O altă prioritate reprezintă întărirea legilor, creându-se instrumente legale și politici de sancțiuni mai dure pentru asigurarea implementării eficiente a principiilor concurenței.

În legislația românească a existat înainte de adoptarea legii concurenței un alt instrument care transpunea riguros principiile comunitare, explicitat în articolul 101 și 102 al Convenției de Funcționare a UE, ce pune accent pe practicile anti-concurențiale. Legea competiției nr. 21/1996, cu amendamentele și adăugirile de rigoare, reprezintă actul general care prezidează câmpul concurenței, ca un garant al cunoașterii și respectului față de regulile dezvoltării și întăririi unei economii de piață. Luând în considerare dezvoltările legislației naționale în domeniu, la fel ca și adaptarea acesteia la regulile comunitare, îmi propun să amintesc câteva acte normative ale concurenței: Legea concurenței nr. 21/1996, Legea concurenței neloiale nr. 11/1999. Astfel, am avut în vedere prima și a doua lege Comunitară și jurisprudența Curții Europene a Justiției

“Ideile pot fi create numai de oameni și pot supraviețui numai prin instituții” spunea Jean Monet, și acest deziderat a prins viață în cazul Comunităților, care în momentul înființării celor trei comunități aveau următoarele instituții sau organeⁱⁱ:

- CECO: Consiliul Ministerial Special; Înalta Autoritate; Adunarea Comună; Curtea de Justiție.
- CEE și EURATOM: Consiliul Ministerial; Curtea de Justiție; Adunarea Parlamentară; Comisia.

Tratatul de la Lisabona nu schimbă fundamental structura instituțională a Uniunii. Aceasta se va baza în continuare pe triumphiul Parlament, Consiliu, Comisie. Totuși, Tratatul introduce câteva elemente noi menite să îmbunătățească *eficiența, coerența și transparența instituțiilor*, astfel încât acesta să poată răspunde mai bine exigențelor cetățenilor europeniⁱⁱⁱ.

Noile instituții ale U.E. potrivit modificărilor aduse prin Tratatul de la Lisabona, sunt (art.9)^{iv}:

- Parlamentul European;
- Consiliul European;
- Consiliul;
- Comisia Europeană;
- Curtea de Justiție a Uniunii Europene;
- Banca Centrală Europeană;
- Curtea de conturi.

Dintre aceste instituții europene, Comisia Europeană are ca principală misiune promovarea interesului general european, asigurând bună aplicare a normelor Uniunii Europene în domeniul concurenței.

Politica Uniunii Europene în domeniul concurenței a apărut din dorința, pe măsura conform căreia eforturile guvernamentale nu ar putea fi denaturate de societățile care abuzează de puterea lor de piață. Politica concurenței în Uniunea Europeană are unele asemănări cu legislația antitrust din Statele Unite, deși există unele diferențe cheie; nu în ultimul rând, în timp ce legislația S.U.A. este concepută pentru a proteja concurența de puterea monopolurilor, legislația U.E. este concepută pentru a proteja consumatorii de comportamentul anti-concurențial.

Încă de la înființare P.D.C.(Politica în Domeniul Concurenței) continuă să fie o condiție pentru existența Pieței Interne Unice ce asigură libera circulație a bunurilor, serviciilor, capitalurilor și persoanelor.

Normele P.D.C. garantează funcționarea întreprinderilor în condiții de concurență loială, stimulează spiritul antreprenorial și eficiența, asigurându-le consumatorilor o ofertă cât mai variată, contribuind la scăderea prețurilor și creșterea calității^v:

- Prețuri mici: aceasta este cea mai simplă metodă pentru a obține o cotă de piață importantă. Efectul concurenței este scăderea prețurilor, fiind benefic pentru consumatori deoarece

puterea lor de cumpărare crește, pentru întreprinderi încurajându-le să producă și pentru economie;

- Calitate mai bună: condiție pentru a avea o cotă de piață mai mare.
- Ofertă mai variată: rezultat al efortului făcut de întreprinderi ca produsele lor să se diferențieze de cele existente;
- Inovare: condiție pentru o ofertă cât mai variată și bunuri de cea mai bună calitate;
- Seriozitate pe piața mondială.

Principalul beneficiar al celor menționate este cetățeanul având o triplă calitate: de consumator, participant la piața forței de muncă și de acționar.

Politica de concurență în U.E. ca și cea din marile puteri economice mondiale se bazează pe caracterul teoretic (ideal) al existenței concurenței, adică concepția că piețele unei concurențe pure și perfecte sunt cele mai potrivite, capabile să asigure bunăstarea populației. În consecință, politica de concurență vizează limitarea, controlarea și chiar interzicerea comportamentelor întreprinderilor care aduc atingerea concurenței perfecte^{vi}.

Trăsăturile pieței cu concurență pură și perfectă sunt un model de analiză pentru formele concurenței imperfecte care caracterizează realitatea economică: piața de monopol, piața cu concurență monopolistică, oligopolul, oligopsonul și monopsonul/duopsonul^{vii}.

Termenul de “politică concurențială” este destul de general, referindu-se în linii mari la anumite legi și acțiuni întreprinse de guvern, sau de Comunitate ce acționează prin intermediul Comisiei Europene, destinate a elimina sau cel puțin a descuraja practicile comerciale restrictive cum ar fi: carteluri, monopoluri sau alte bariere netarifare având ca efect, în termenii Tratatului “prevenirea, restrângerea sau distorsionarea concurenței”.

P.D.C. interzice practici ca:

- acordarea de ajutoare publice care creează distorsiuni în relațiile de concurență dintre agenții economici;
- stabilirea prețurilor prin înțelegeri prealabile între producători sau furnizori;
- crearea de carteluri care să-și împartă piața, astfel încât să nu concureze între ele;
- abuzul de poziție dominantă pe piață;
- realizarea de fuziuni care distorsionează libera concurență.

Obiectivele P.D.C.:

1. să garanteze unitatea pieței interne și să evite realizarea de înțelegeri între firme, de natură să afecteze comerțul intracomunitar și manifestarea liberă a concurenței. (*înțelegerile și practicile concertate*);
2. să împiedice situațiile în care una sau mai multe întreprinderi încearcă să exploateze într-o manieră abuzivă puterea lor economică în raport cu alte firme mai puțin puternice (*abuz de poziție dominantă*);
3. să împiedice acele intervenții ale guvernelor statelor membre care pot falsifica regulile jocului liber al pieței prin discriminări în favoarea întreprinderilor de stat sau prin acordarea de ajutoare către anumite firme din sectorul privat (*ajutoarele de stat*)^{viii}.

Trebuie precizat că reglementările comunitare din domeniul concurenței interzic numai acele comportamente care pot influența negativ relațiile comerciale dintre statele membre, fără a avea în vedere și situațiile în care efectele negative sunt vizibile numai la nivelul unui singur stat membru. Pe de altă parte, deoarece în cadrul economiei de piață concurența reprezintă un vector esențial în asigurarea succesului economic, sunt acceptate acele practici care generează efecte pozitive asupra economiei^{ix}.

În **România**, asemănător țărilor din Europa Centrală și de Est, în perioada de după 1989, au avut loc numeroase transformări economice, politice și sociale. Printre cele mai importante transformări economice prin care au fost nevoite să treacă țările din fostul bloc comunist, a fost tranziția de la alocarea resurselor printr-un sistem de planificare centralizată, la economia de piață care presupune alocarea resurselor pe baza mecanismelor pieței. Numeroase transformări politice și



instituționale făcând parte din această tranziție. În acest context, rolul fundamental revine regulilor și instituțiilor care reglementează funcționarea piețelor.

Astfel, după Codul comercial din 1887, aproximativ 50 de ani concurența neonestă era privită ca un delict civil conform art. 998-999 Cod civil. Deci primele norme pe care s-a putut fundamenta răspunderea în materia dreptului concurenței până la adoptarea legilor speciale au fost aceste articole^x. Doar o lege asupra comerțului ambulant din 1884 ar fi adus primele norme speciale de drept al concurenței.

La sfârșitul secolului al XIX-lea, când apare dreptul concurenței sub formă incipientă, au apărut și reglementări restrictive ale libertății concurenței, instituite inițial din necesitatea de a interveni împotriva exercitării abuzive a libertăților de concurență.

În 1932 este reglementată reprimarea concurenței neloiale. Legea română a concurenței neloiale din 18.05.1932 a fost abrogată expres prin Decretul nr. 691 din 1973 din 14.01.1974, nefiind înlocuită cu o altă reglementare.

În 1937 este adoptată o reglementare antimonopolistă “Pentru reglementarea și controlul cartelurilor”. Aceasta reglementare este completată prin Legea din 1939, dar ambele acte normative sunt abrogate în 1950.

În România, nu a existat o legislație specifică înainte de 1989, iar preluarea acquis-ului comunitar în domeniul concurenței și ajutorului de stat^{xi} a început odată cu elaborarea legilor cadru:

- a) Legea concurenței nr. 21/1996 care a intrat în vigoare la 1.02.1997^{xii};
- b) Legea nr. 143/1999 privind ajutorul de stat care a intrat în vigoare la 1.01.2000^{xiii} și a continuat prin elaborarea legislației secundare.

Cele mai importante reglementări interne în vigoare în domeniul concurenței sunt:

- a) Constituția din 2003, care instituie principiul ce interesează și dreptul concurenței (libertatea în comerț și ocrotirea proprietății private);
- b) Legea nr. 15 din 7.08.1990 privind reorganizarea unităților economice de stat ca regii autonome și societăți comerciale^{xiv}, așa cum a fost modificată ulterior;
- c) Legea nr. 31 din 16.11.1990 privind societățile comerciale^{xv}, așa cum a fost modificată ulterior;
- d) Legea nr. 12 din 6.08.1990 privind protejarea populației împotriva unor activități comerciale ilicite^{xvi}, cu modificările ulterioare;
- e) Legea nr. 11 din 29.01.1991 privind combaterea concurenței neloiale^{xvii}, cu modificările ulterioare;
- f) Legea nr. 21 din 10.04.1996, legea concurenței^{xviii}, cu modificările ulterioare;
- g) Ordonanța nr. 21 din 21.08.1992 privind protecția consumatorilor^{xix}, cu modificările ulterioare;
- h) O.U.G. nr. 117/2006 privind procedurile naționale în domeniul ajutorului de stat^{xx} reglementează regimul juridic al acestuia în vederea creării și menținerii unui mediu concurențial normal.
- i) O.U.G. nr. 75 din 30.06.2010 privind modificarea și completarea Legii concurenței nr. 21 din 1996.

Enumerarea de mai sus nu este una limitativă ci enunțiativă, în afara acestora existând numeroase alte acte normative care conțin reglementări în materia concurenței comerciale.

Aceste legi sunt puse în aplicare prin numeroase regulamente, instrucțiuni și alte acte emise de Consiliul Concurenței^{xxi}.

Acestora li se alătură izvoare internaționale constituite din acordurile bi sau multilaterale pe care țara noastră le-a încheiat sau la care a aderat ori le-a ratificat, și care astfel devin parte componentă a dreptului intern, cu toate consecințele care decurg din această calitate^{xxii}.

La momentul actual, Constituția României conține prevederi pe temeiul cărora s-a creat dreptul concurenței comerciale. Astfel, este consacrat la nivel constituțional principiul liberei concurențe prin articolul 135: “economia României este economie de piață, bazată pe liberă inițiativă și concurență”



iar statul trebuie sa asigure libertatea comerțului, protecția concurenței loiale, crearea cadrului favorabil pentru valorificarea tuturor factorilor de producție.

Concurența reprezintă un fenomen determinant, esențial pentru succesul sau eșecul companiilor și a antreprenorilor; ea prescrie oportunitatea acelor activități ale firmei care ar contribui la performanță sa, precum inovarea, cultura întreprinderii sau implementările juridice.

Concurența este esențială într-o economie deoarece permite diversificarea ofertei, reducerea prețurilor și o mai bună satisfacere a nevoilor consumatorilor. În același timp, ea conduce la diferențierea producătorilor/antreprenorilor, avatajându-i pe cei mai întreprinzători și eliminându-i pe cei imobili, care ignoră semnalele pieței. Asigurând o relație directă între acțiune, risc, performanță, concurența permite formarea unor comportamente raționale și responsabile.

Bibliografie:

1. Gyula Fabian, *Drept Instituțional Comunitar*, Ediția a III-a revăzută și adăugită cu referiri la Tratatul de la Lisabona, Editura Hamangiu, Cluj-Napoca, 2010, pag. 159
2. Rozalia Kicsi, *Note de curs, Politici Economice Europene*, Universitatea “Ștefan cel Mare” Suceava, 2013
3. EUR-Lex, <http://eur-lex.europa.eu/ro/treaties/dat/12007L/htm/C2007306RO.01001001.htm>, [accesat 07.06.2013]
4. Site-ul oficial al C.E., http://ec.europa.eu/competition/consumers/why_ro.html, [accesat 05.06.2013]
5. Gabriela Nemțoi, *Note de curs. Concurența și ajutorul de stat în dreptul european*, Universitatea “Ștefan cel Mare” Suceava, 2012
6. Elena Bălan, Angela Teșileanu, *Economie*, Editura Badea&Professional Consulting, București, 2003, pag. 141
7. Ion Băcanu, *Libera concurență în perioada de tranziție spre economia de piață*, în revista Dreptul nr. 9-12/1990
8. Site-ul oficial al Institutului European din România,
9. Maria Dumitru, *Dreptul concurenței*, Editura Institutul European, Iași, 2011, pag. 20
10. Ciprian Pilan, *Ajutorul de stat - afaceri cu bani publici*, Editura Universul Juridic, București, 2010, pag. 34
11. Modificată și completată prin Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 121/2003 - publicată în Monitorul Oficial nr. 875 din 12.12.2003, aprobată prin Legea nr. 184 din 17.05.2004 - publicată în Monitorul Oficial nr. 461 din data de 24.05.2004
13. În prezent abrogată de Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 117/2006 privind procedurile naționale în domeniul ajutorului de stat
14. Publicată în Monitorul Oficial nr. 98 din 8.08.1990
15. Publicată în Monitorul Oficial nr. 126-127 din 17.11.1990, republicată în Monitorul Oficial nr. 1066 din 17.11.2004
16. Publicată în Monitorul Oficial nr. 97 din 8.08.1990, republicată în Monitorul Oficial nr. 291 din 5.05.2009
17. Publicată în Monitorul Oficial nr. 24 din 30.01.1991
18. Publicată în Monitorul Oficial nr. 24 din 30.01.1991, republicată în Monitorul Oficial nr. 742 din 16.08.2005
19. Publicată în Monitorul Oficial nr. 212 din 28.08.1992, republicată în Monitorul Oficial nr. 208 din 28.03.2007
20. A se vedea pagina web a Consiliului Concurenței: <http://www.consiliulconcurenței.ro>



21. Reprezentative în acest sens sunt, fără ca enumerarea să fie limitativă: *Convenția Uniunii de la Paris pentru protejarea proprietății intelectuale* cuprinde dispoziții referitoare la concurența neloială, *Acordul General pentru Tarife și Comerț (GATT)* reglementează dumping-ul și subvențiile la export
22. Maria Dumitru, *Dreptul concurenței*, Editura Institutul European, Iași, 2011, pag. 20
23. Constituția României din 2003, publicată în Monitorul Oficial, nr. 767 din 31.10.2003, Partea I

3.12. ANTREPRENORIATUL - TRECUT ȘI PERSPECTIVĂ

Prof. Stamatina Corina Violeta
Prof. Lupan Cristina Lăcrămioara
Colegiul Tehnic de Industrie Alimentară
Suceava, România

Abstract

The involvement and success in business, either for the sake of glory, celebrity or wealth, has always preoccupied thousands and thousands of people around the world and constitutes a permanent and varied range of trials to earn it. Its attainment deploys in close relationship with and depending on parameters in political-legal, economically competitional, technical, technological and social environment.

Entrepreneurship was first recognized during the reign of Louis XIV of France who used to state that “bourgeois and craftsmen will become the artisans of wealth”. Also, Joseph Schumpeter (1934), considered a genius of the 20th century by some, used to say: “In entrepreneurship there is a deal that we make depending on a certain type of behaviour which includes the initiative, organization and reorganization of socio-economical mechanisms, as well as the acceptance of risk and failure”.

A distinct feature of the developed economies implies the vital role of the entrepreneurship as a central pillar of economic growth. Motivated entrepreneurs, ready to take risks, start up new companies that provide employment. Although entrepreneurship brings numerous benefits both for the entrepreneurs and the society, it does not fit all people’s characters. A process needs to develop at the end of which a new business arises – a business giving value to clients and generating profit. Thus, the main role in entrepreneurship is played by the entrepreneur.

Regardless of its economic performances, the activity of a company will arise at the crossroads between factors of different nature: legal, social, financial, technological, political and global. Each factor has different influence upon the background of the business and can induce both increase and decrease in its performance.

Adaptability and flexibility of the entrepreneur’s personality are the most important features. In this way, a businessman possessing solid knowledge in human resources will always show tact and diplomacy in case of a personnel crisis. At the same time, an entrepreneur who is not informed about the legislation concerning their business, even benefiting from juridical guidance, will find it impossible to open and maintain a dialogue with the Romanian state or even difficult to obtain finance either from financial banking companies or from European institutions.

The entrepreneurship spirit plays an important role especially in the business environment, not only in the SME sector, but also in corporations and in the non-profit sector. In the past three years, the percentage of entrepreneurship involvement has grown in Romania. What motivates people



to start their own business is firstly opportunity and only secondly the lack of other ways of earnings. This leads to a continuous increase in the percentage of those intending to have their own business.

There are several business ideas worth mentioning, which are successfully implemented in Romania:

- In Lopatari, a village situated in the mountains around Buzau county, a factory that produces bottled water has emerged with the help of European funds. Before starting up this particular business, the owner RazvanGherghes used to be a teacher for nine years. His initial intention was to deal with trout breeding and selling on the terrain at Terca, but he had a change of plans once he had discovered that the springs in the area possess superior properties, both physical and chemical. "I took some samples and had them analyzed for microbiological and physical-chemical properties. This is how I found out that the water is of superior quality as the rocks from this area contain loads of rare minerals. What I also learnt was that Buzau county lies over a glacial rock. Thus, the water in the area is extremely rich in minerals and the most important fact is that the nitrites are absent".
- Adrian Nicolae from Bucharest has managed to put up the first goji plantation in Brasov, which is also the first to be certified as BIO in Romania. The investment surpassed the amount of 40,000 euros and he hopes to recoup the initial investment in several years. The business was set up with personal effort and the owner's intention is to do it properly. The goji plants were first produced in a nursery and only later moved on a 2-hectar plantation in Augustin village, Brasov county. The investor was granted a BIO certificate for the crop, being the only one in the country to hold such a document.

To conclude, in order to think in entrepreneurship terms, there has to be a certain openness towards the unknown, a considerable investment in people and the understanding that the future is a useful tool at best.

Implicarea și succesul în afaceri, pentru glorie, celebritate sau îmbogățire, preocupă din toate timpurile milioane și milioane de oameni de pe întreaga suprafață a pământului și constituie o permanentă și variată gamă de încercări în vederea dobândirii sale, care se desfășoară în relație de strânsă și condiționată dependență cu parametri mediului politico-juridic, economic-concurențial, tehnic-tehnologic și social.

Antreprenoriatul a început să fie recunoscut în timpul monarhului francez Ludovic al XIV-lea care obișnuia să afirme că „burghezii și meșteșugarii vor deveni artizanii bogăției”.

De-a lungul timpului mai multe instituții naționale și internaționale având ca principală activitate studierea mediului și a comportamentului antreprenorial au definit *antreprenorul* astfel: „Un antreprenor este o persoană care, pe baza unor clauze și condiții contractuale, se obligă să presteze în favoarea altei persoane și organizații, diverse lucrări (industriale, de construcții, etc.), în schimbul unei recompense dinainte stabilite. De obicei, aceste lucrări sunt părți componente ale unui proiect.” sau „Antreprenorul care contractează cu subantreprenori părți din lucrarea pentru care s-a angajat față de beneficiar, se numește antreprenor principal. Răspunderea pentru întregul proiect îi aparține antreprenorului principal. Contractul prin care antreprenorul se obligă față de beneficiar să execute un anumit proiect se numește contract de antrepriză..”

Cea de-a doua definiție este mai puțin cuprinzătoare, dar introduce concepte noi privind activitatea unui antreprenor.

În sensul modern al economiei de piață, un antreprenor este un agent economic care adoptă un comportament activ și novator, care acceptă deliberat riscuri financiare pentru a dezvolta proiecte noi.

În acest sens, un număr semnificativ de societăți acordă o mare atenție și recunoaștere antreprenorilor, în mare parte și datorită aportului pe care îl aduc aceștia la evoluția mediului antreprenorial și a influenței pe care o au asupra indicatorilor macroeconomici.



Joseph Schumpeter (1934), considerat de unii un geniu al economiei secolului XX, spunea: „În antreprenariat există o înțelegere pe care o facem în legătură cu un anumit tip de comportament care include:

- inițiativă;
- organizarea și reorganizarea mecanismelor socio-economice;
- acceptarea riscului și a eșecului”.

O trăsătură distinctă a economiilor dezvoltate este reprezentată de rolul vital al antreprenoriatului ca pilon central al creșterii economice.

Întreprinzătorii motivați, gata să își asume riscuri, înființează firme noi generatoare de locuri de muncă.

În mod particular, progresul tehnologic rapid continuă să genereze noi afaceri și să ducă la dezvoltarea celor existente, constituind un factor decisiv pentru adaptarea la noi oportunități pe piață, dobândirea de noi cunoștințe și creșterea productivității.

Antreprenoriatul ca subiect de discuție și analiză a fost introdus de economiști în secolul al XVIII-lea și a continuat să atragă interesul economiștilor în secolul al XIX-lea.

Antreprenoriatul aduce multe beneficii pentru întreprinzători și pentru societate, dar nu se potrivește tuturor oamenilor.

El este procesul de creare a unei noi afaceri care va oferi valoare clienților și va aduce câștig. Rolul principal în antreprenariat îl joacă antreprenorul (omul de afaceri).

Indiferent de performanțele sale economice, activitatea unei companii se va forma la intersecția între factorii de natură:

- legislativ-normativă;
- sociali;
- financiari;
- tehnologici;
- politici;
- globali.

Fiecare factor influențează mediul antreprenorial într-un mod diferit și pot acționa atât în sensul scăderii cât și în sensul creșterii performanțelor sale.

Gradul de adaptabilitate și flexibilitatea personalității antreprenorului au un cuvânt greu de spus. Astfel, un antreprenor care posedă cunoștințe solide în domeniul resurselor umane va da dovadă de tact și diplomatie în cazul unei crize de personal.

În aceeași măsură un antreprenor care nu se informează despre legislația care îi reglementează activitatea, chiar dacă beneficiază de consiliere juridică, se va afla în imposibilitatea deschiderii și menținerii unui dialog productiv cu statul român sau va obține cu dificultate o finanțare, fie ea prin societăți financiar-bancare, cât și prin instituții europene.

Spiritul antreprenorial este important pentru mediul de afaceri în general, nu numai în sectorul IMM, ci și în corporații și în sectorul nonprofit.

Pe lângă contribuția esențială la crearea de locuri de muncă, antreprenoriatul aduce cea mai mare capacitate de inovare absolut necesară în toate tipurile de companii. Prin urmare, antreprenoriatul prezintă un impact incontestabil asupra stabilității și puterii economice.

Antreprenoriatul este influențat de caracteristici individuale cum ar fi:

- observarea de oportunități;
- încrederea în propriul talent antreprenorial;
- teama de eșec;
- înclinațiile antreprenoriale.

Aceste caracteristici se manifestă diferit, atât în funcție de stadiul de dezvoltare al economiei, cât și de zona geografică.



Astfel, înclinațiile antreprenoriale sunt cele mai pronunțate și teama de eșec este cea mai mică în economiile bazate pe resurse și în Africa. În schimb, situația este exact opusă în economiile bazate pe inovare și în America de Nord și Uniunea Europeană.

În unele țări ale Uniunii Europene care au parcurs în trecut lungi perioade dificile (Slovenia, Croația, Grecia, Spania, Portugalia) oportunitățile sunt mai greu observate.

Antreprenoriatul este influențat și de valorile sociale. În Africa, antreprenoriatul este considerat cea mai bună variantă de carieră. Aici, la fel ca și în America de Nord, antreprenorii de succes sunt foarte respectați, iar media îi tratează cu multă atenție. În schimb, în Uniunea Europeană, antreprenoriatul nu este opțiunea preferată de carieră, nu conferă un statut special celor care-l practică, iar mass-media nu-i acordă o atenție deosebită.

Afacerile antreprenoriale iau naștere fie ca urmare a observării unei oportunități, fie în lipsa unei posibilități mai bune de câștig.

Observarea de oportunități se află la baza lansării celor mai multe afaceri antreprenoriale în economiile bazate pe inovare (54,9%) și în zone geografice ca Australia, Canada, Danemarca, Finlanda, Olanda, SUA, Taiwan (66%), sau în Singapore, Norvegia, Franța și Japonia (70%).

În schimb, în Bosnia și Herțegovina, Croația, Georgia, Kazahstan, Kosovo, Grecia, Spania, peste 65% dintre afaceri se nasc din nevoia de câștig și nu ca urmare a dorinței de a valorifica o oportunitate sesizată.

La nivel global, antreprenorii aflați în stadiul timpuriu al afacerii sunt preponderent bărbați între 25 și 35 de ani. Se pare că acest profil este o consecință a condițiilor de finanțare și a reglementărilor care îi favorizează. Situația este mai echilibrată în Australia, Olanda, Luxemburg, Danemarca, Austria, Kazahstan, Africa de Sud, Singapore, Thailanda.

Cercetările evidențiază faptul că femeile devin antreprenori mai degrabă de nevoie decât ca urmare a sesizării unei oportunități.

Raportul din 2015 al Fundației Post-Privatizare arată că, la nivelul Uniunii Europene, în IMM-uri lucrează 88,8 milioane de oameni, adică peste 66% din totalul forței de muncă. Întreprinderile mici, în special start-up-urile, asigură 85% din locurile de muncă create în perioada de după criză.

Conform rezultatelor recensământului realizat de Registrul Comerțului companiile antreprenorilor români au fost în 2014 de unsprezece ori mai numeroase decât multinaționalele, dar au deținut 46% din capital, iar 48% din afaceri au adus peste 55% din profitul net, creând 67% dintre locurile de muncă.

Cifra de afaceri medie este de 1,2 mil. lei/companie românească și de 14 mil lei/companie multinațională. Doar 35 (15%) dintre firmele antreprenorilor au depășit în România nivelul de 500 de milioane de lei.

În 2014, primele 100 de companii antreprenoriale au avut o cifră de afaceri cumulată de 60 de miliarde de lei, adică 5% din cifra de afaceri totală din economie, comparabilă cu rulajul cumulată realizat de primele trei multinaționale (Dacia și două companii din grupul OMV). În schimb, în perioada 2008-2014 companiile antreprenoriale românești au raportat an de an un sold pozitiv al profitului net, în timp ce multinaționalele au avut pierderi nete mai mari ca profitul net, în patru din cei șapte ani. O explicație poate fi restructurarea drastică: în perioada crizei, au fost disponibilizați 720.000 de angajați din companiile cu capital românesc.

Conform Fundației Post-Privatizare, România ocupa în 2014 locul 17 din Uniunea Europeană după valoarea adăugată totală a firmelor mici și mijlocii și ultimul loc după numărul de IMM-uri active.

Criza globală a afectat sectorul IMM din România. Între 2008 și 2013, numărul de companii mici și mijlocii a scăzut cu 15,5%, numărul de angajați cu 6,6%, iar valoarea adăugată cu 16,6%. În același interval, evoluția în UE a fost mult mai bună: a crescut cu 0,10% numărul de IMM și cu 1% valoarea adăugată; doar numărul de angajați a scăzut cu 2,6%. Sectorul IMM din România este mai puțin competitiv, inovator și dotat cu tehnologie de vârf în comparație cu cel de la nivelul Uniunii Europene, dar și cu cel al întreprinderilor mari din țară.



Global Entrepreneurship Monitor 2014 oferă o perspectivă destul de optimistă asupra viitorului antreprenoriatului românesc. Conform acestuia, antreprenoriatul timpuriu s-a stabilizat în Europa Centrală și de Est.

În ultimii trei ani, în România a crescut procentul celor implicați în activități antreprenoriale și interesați să-și înființeze propria afacere.

Mai întâi sesizarea oportunității și de abia pe locul doi lipsa altor variante de câștig îi motivează pe oameni să-și înființeze propria afacere. Procentul celor care intenționează să-și lanseze afacerea în următorii ani este din ce în ce mai ridicat.

În continuare vom evidenția câteva idei de afaceri puse în practică cu un real succes în România.

Astfel:

➤ în zona de munte a județului Buzău, comuna Lopătari, a luat ființă prin utilizarea fondurilor europene o fabrică de îmbuteliat apă, la Terca. Înainte să dea curs acestei afaceri, întreprinzătorul, Răzvan Gherghe, a fost timp de nouă ani profesor.

Inițial a vrut să-și înființeze o păstrăvărie pe terenul de la Terca. Și-a schimbat planurile și a decis să ridice o fabrică de îmbuteliere apă după ce a descoperit că izvoarele din zonă au proprietăți fizico-chimice superioare. *"Am luat probe de apă și le-am dus la un laborator unde s-au executat analize microbiologice și fizico-chimice. Am aflat că apa este de o calitate superioară pentru că rocile din această zonă conțin foarte multe minerale rare, de altfel zona Buzăului stă pe o rocă glacială. Apa din zonă este foarte bogată în minerale, dar caracteristica cea mai importantă este aceea că lipsesc nitriții"*

➤ munca asiduă, talentul și ingeniozitatea unor vasluieni demonstrează că se pot construi afaceri de succes chiar și în cea mai defavorizată zonă a țării. Ionel Malacu (40 ani) este primul cultivator de lavandă din județul Vaslui, plantă mediteraneană care s-a adaptat perfect climei din zona Huși. Bărbatul a pus bazele proiectului în primăvara anului trecut și prima recoltă a fost neașteptat de bună. Parte din investiția de 28.000 de lei a fost recuperată și se așteaptă să intre pe profit din recolta din vara acestui an. Scopul cultivatorului de lavandă este de a extinde de 10 ori suprafața cultivată în următorii patru ani.

➤ un bucureștean de 40 de ani a reușit să înființeze prima plantație de goji din Brașov și prima plantație de astfel de fructe certificată BIO din România. A investit peste 40.000 de euro și speră că în câțiva ani o să-și recupereze investiția. Adrian Nicolae a ridicat afacerea cu forțe proprii și a vrut să facă totul ca la carte. A înființat mai întâi o pepinieră unde a produs plantele de goji, iar apoi le-a sădit pe o plantație de 2 hectare în localitatea Augustin din Brașov. Investitorul a obținut și certificarea BIO pentru cultura sa, fiind singurul din țară care are un astfel de document.

Peste 400.000 de firme funcționează în România. Dintre acestea, doar câteva sute au în spate întreprinzători români care au reușit să dezvolte afaceri mari, profitabile, care să dea de muncă la mii de persoane.

Dintre antreprenorii de succes care au dezvoltat de-a lungul timpului afaceri de milioane de euro putem menționa:

1. **Bill Gates:** care nu părea să aibă profilul potrivit pentru succes, după ce și-a abandonat studiile de la Harvard și a inițiat o afacere falimentară numită „Traf-O-Data” alături de viitorul co-fondator al Microsoft, Paul Allen. În timp ce această idee timpurie de afaceri nu a funcționat, următoarea inițiativă a lui Gates a fost un succes, materializându-se în crearea imperiului global Microsoft.

2. **Walt Disney:** astăzi cu profituri de miliarde de dolari din vânzări de produse comerciale, din filme și din parcurile tematice răspândite în întreaga lume, a avut parte de un debut extrem de anevoios. El a fost concediat de la un ziar la care lucra pentru că „îi lipsea imaginația și nu avea nicio idee bună”. Ulterior, Disney a pornit mai multe afaceri care s-au încheiat în scurt timp în eșec și faliment. Cu toate acestea, nu s-a lăsat descurajat, ci a încercat noi variante de afaceri, până când a descoperit rețeta succesului.



3. **Thomas Edison:** În prima parte a vieții sale, profesorii spuneau despre Edison că era „prea prostănac pentru a învăța”. Nici cu munca nu i-a mers mai bine, fiind concediat din primele sale două locuri de muncă, întrucât nu era destul de productiv. Chiar și ca inventator, Edison a avut, spre exemplu, peste 1.000 de încercări nereușite de a crea becul. Bineînțeles, toate aceste încercări nereușite s-au transformat până la urmă în descoperirea variantei care a funcționat.

În concluzie, pentru ca să gândim antreprenorial, trebuie să avem deschiderea necesară către necunoscut, să investim în oameni, și să înțelegem ca viitorul este, în cel mai bun caz, o ficțiune utilă.

Bibliografie:

1. adev.ro/niish5
2. <http://www.businessmagazin.ro/opinii/opinie-lavinia-rasca-antreprenoriatul-secolului-XXI>
3. <http://www.9am.ro/stiri-revista-presei/Business/19515/Cei-mai-buni-10-oameni-de-afaceri-din-Romania.html>
4. <https://ro.wikipedia.org/wiki/Antreprenoriat>

3.13. “COOPERARE LA NIVEL EUROPEAN ÎN FORMAREA ȘI DEZVOLTAREA COMPETENȚELOR ANTREPRENORIALE”

prof. Stoica Cristina
prof. Ciuchi Mihaela-Liliana
Colegiul Economic „Ion Ghica”
Bacău, județ Bacău, România

Abstract

In education there are many controversial opinions about curriculum, methods, design etc., but a unanimous one about the fact that at the end of the formal educational pathway, the graduate should be prepared for life, to integrate on the labor market and manage to build their own personal and professional future. Actually, this generally accepted purpose is our, the educators', most difficult "task". This objective has been painstakingly built since the first school years and is finished in high school by the multiple skills that have to be generated and developed. A key competence that crosses the lifespan of the students' education like a red thread is the entrepreneurial competence. By developing this competence, students cultivate their entrepreneurial, respectively enterprising spirit, i.e. an attitude that allows them to recognize and organize their chances, that stimulates the economic creativity and not only, that generates responsibility when people are involved in activities and the ability to make decisions.

The article “European Cooperation in Generating and Developing Entrepreneurial Skills” presents the entrepreneurial experiences lived by our school students, coordinated by teachers, through the implementation of European funded projects. One of the most relevant entrepreneurial experiences was lived by 15 students of the college, between the 15th to the 30th of June 2015. They had the chance to have a practical training stage in a big European city, in 3 and 4 star hotels: Berjaya Eden Park Hotel, Holiday Inn Elstree, Hotel 55, Cleveland Hotel, Equity Point London, Crowne Plaza London The City, Grand Plaza Apartments, Park City, in the framework of the project “Developing Competences for the Future Hospitality Industry”, 2014-1-Ro01-Ka102-001041, Erasmus + Programme, Key Action 1, Mobility for VET Learners and Staff.



In the big European capital, Romanian students were able to integrate into the specific atmosphere of the international hospitality industry, socialized with people from other cultures and civilizations, understanding and practicing the principle of ethnic and cultural diversity. The 15 students also managed to create and maintain professional relationships with clients and colleagues, practiced different techniques of conflict management developing their life skills and being more prepared to integrate the national and international labour market.

The second experience presented in this article runs under the umbrella of the Erasmus + project "Leaving Home, Coming Home: a Project to Make Students Aware of Migration Problems in Our Countries" - 2015-1-DE03-KA219-013748_3, (Germany, Turkey, France, Spain, Romania and Poland). It has as elements of innovation the involvement of students from 6 participant countries in learning about and finding solutions for the severe migration problem. In this project students will try to understand the phenomenon of migration and maybe change something, as much as they can, they will be involved in activities that help them enrich and develop not only their identity as European citizens, but also their social characteristics and skills: the ability to communicate and persuade other people of individual or group ideas and visions, the ability to perceive others correctly, to make a good first impression and convince people to change their views or behaviour, the ability to develop a network of relationships.

These are just two of the 10 examples of good practice the "Ion Ghica" Economic College of Bacău has been involved in for more than 10 years of experience in school partnerships. Educational partnership goes with the educational process and aims at really transforming students into the main actors of the educational approach, having as a target the achievement of formal, informal, socio-behavioral objectives. They prepare students to be good entrepreneurs in their professional and personal life.

În domeniul educației există foarte multe opinii controversate legate de curriculum, metode, proiectare, etc., însă o părere unanimă legată de faptul că, la finalul parcursului educațional formal, viitorul absolvent, trebuie să fie pregătit pentru viață, pentru a se integra pe piața muncii și a reuși să-și contruiască singur viitorul profesional și personal. De altfel această finalitate acceptată de toți este cea mai grea „misiune” a noastră, a educatorilor. Acest deziderat se construiește cu migală, încă din primii ani de școală și se finalizează în perioada liceului, prin multiplele competențe ce trebuie formate și dezvoltate. O competență cheie, prezentă ca un fir roșu, pe întregul parcurs educațional al elevilor, este competența antreprenorială, prin care elevilor li se dezvoltă spiritul antreprenorial, respectiv întreprinzător, adică o atitudine ce le permite să recunoască și să își organizeze șansele, stimulează creativitatea economică și nu numai, conduce la formarea responsabilității în acțiuni și capacitatea de a lua decizii.

Din punct de vedere teoretic competențele antreprenoriale se formează și se dezvoltă din clasele primare prin diferite programe de educație economică, formale sau nonformale, prin predarea la clasă a unor noțiuni fundamentale economice la educație tehnologică în clasele gimnaziale și la liceu cu ajutorul disciplinelor economie, economice aplicată, educație antreprenorială. Pentru elevii de la profilul servicii curriculumul stabilit permite o paletă largă de metode și tehnici pentru dezvoltarea competențelor antreprenoriale (firma de exercițiu fiind o metodă de succes în această direcție).

Pe lângă cunoștințele teoretice esențiale, pentru un tânăr, este să înțeleagă și modelele organizaționale de business și procesele prin care se pot aplica acestea, iar acest lucru implică participarea efectivă a elevilor la activitățile din cadrul firmelor reale, prin diferite stagii de practică în țară sau în străinătate. Urmărind perseverent misiunea școlii - crearea condițiilor de acces la educație de calitate și înaltă performanță pentru tinerii și adulții din județul Bacău, în vederea formării ca oameni și profesioniști de carieră în domeniul servicii, în acord cu dimensiunea europeană a cerințelor vieții și pieței muncii - cadrele didactice de la Colegiul Economic „Ion Ghica” Bacău, au înțeles că o șansă uriașă pentru elevi este folosirea fondurilor europene pentru efectuarea unor stagii



de practică în Europa, prin programul Erasmus +, respectiv fostul Leonardo. După mai multe experiențe de acest tip, cu diferiți elevi suntem în acord total cu sloganul Programului Erasmus + „*Schimă viați, deschide minți*”, pentru că am constatat efectiv aceste rezultate în școala noastră.

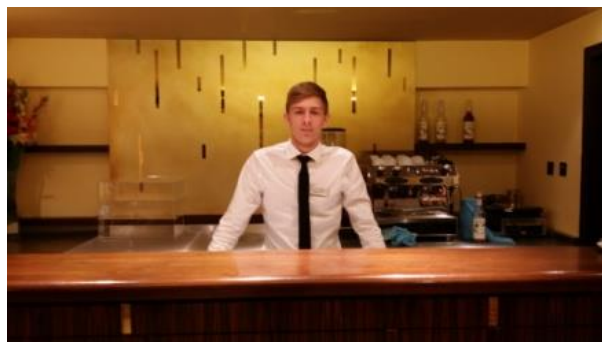
Cea mai recentă experiență de practică în străinătate s-a derulat în perioada 15 – 30 iunie 2015, perioadă în care 15 elevi de la Colegiul Economic „Ion Ghica” Bacău, au efectuat un stagiu de pregătire practică în domeniul hotelier, la Londra, în cadrul proiectului “DEZVOLTAREA COMPETENȚELOR PENTRU TURISMUL VIITORULUI”, 2014-1-RO01-KA102-001041, PROGRAMUL ERASMUS +, ACȚIUNEA CHEIE 1, MOBILITATE ÎN DOMENIUL FORMĂRII PROFESIONALE.

Elevii români au avut șansa de a efectua practica la hoteluri de 3 și 4 stele în marele oraș european, cum ar fi: Berjaya Eden Park Hotel, Holiday Inn Elstree, Hotel 55, Cleveland Hotel, Equity Point London, Crowne Plaza London The City, Grand Plaza Apartements, Park City. În cele două săptămâni, fiecare dintre cei 15 elevi ai colegiului de la calificarea tehnician în turism, au efectuat activități specifice fiecărui compartiment al hotelului: housekeeping, recepție, restaurant, etaj, oferirea de servicii suplimentare turiștilor, conform acordului de formare europeană. La final elevii au fost evaluați, primind certificatul Europass Mobility, ce se eliberează în urma oricărei experiențe europene de învățare, iar o parte dintre aceștia, sunt așteptați oricând la hotelurile la care au făcut practica, pentru a lucra, fie în perioada de vacanță, fie la finalul studiilor liceale, ca urmare a modului în care s-au comportat și și-au îndeplinit sarcinile de lucru.

În marea capitală europeană, elevii români au reușit să se integreze în atmosfera specifică industriei hoteliere internaționale, au socializat cu persoane aparținând altor culturi și civilizații, înțelegând și practicând principiul diversității etnice și culturale. De asemenea cei 15 elevi au reușit să creeze și să mențină relații profesionale cu clienții și colegii, au exersat diferite tehnici de gestionare a conflictelor dezvoltându-și abilitățile de viață, fiind mult mai pregătiți pentru integrarea pe piața muncii naționale și internaționale.

Această piață a muncii este expresia socio-economică a societății actuale care nu se mai oprește la granița localității, ci datorită procesului de globalizare, a devenit o societate europeană, sau chiar internațională, dacă ne gândim la fenomenul migrației cu care se confruntă întreaga lume. Mai mult decât atât, ca să ne putem integra în această societate multiculturală și care se confruntă cu multe probleme, avem nevoie de o altă componentă a competențelor antreprenoriale, la fel de importantă ca și competențele manageriale: acestea sunt competențele și abilitățile sociale pe care trebuie să le dezvolte toți membrii societății actuale.

Migrația este o problemă complexă cu care se confruntă toate țările lumii, în grade diferite și cu diverse forme de impact asupra politicii, economiei, asupra societății în general, dar și asupra indivizilor în particular. O gamă largă de aspecte multidimensionale ale acestei problematice se regăsește în particularitățile cu care vine fiecare țară parteneră în proiectul Erasmus+ "Leaving home, coming home: A project to make students aware of migration problems in our countries", (Germania, Turcia, Franța, Spania, România și Polonia): Franța și Spania se confruntă cu imigranți din Africa, România este afectată de emigrația către țări mai bine dezvoltate din punct de vedere economic, Polonia se va confrunta cu migrația din Ucraina, iar Turcia încearcă să se ocupe de numărul foarte mare de refugiați sirieni. Nu în ultimul rând, Germania încearcă să găsească soluții pentru numărul din ce în ce mai mare de refugiați care ajung pe teritoriul ei.



Obiectivele acestui proiect sunt strâns legate de încercarea fiecăruia dintre noi de a înțelege și de a-și găsi locul în această lume care se dezvoltă atât de repede și în atât de multe direcții, și de a-și adapta acțiunile la stimulii acestei lumi. Pentru a realiza aceste obiective la nivelul școlii, Colegiul Economic "Ion Ghica", ca partener în proiectul Erasmus+ "LEAVING HOME, COMING HOME: A PROJECT TO MAKE STUDENTS AWARE OF MIGRATION PROBLEMS IN OUR COUNTRIES" - 2015-1-DE03-KA219-013748_3, în care elevii școlii, ca parte importantă a societății contemporane, încearcă să înțeleagă fenomenul migrației și poate, să schimbe ceva, atât cât pot ei, susține implicarea acestora în activități ce permit elevilor îmbogățirea și dezvoltarea propriei identități ca cetățeni europeni, dar și dezvoltarea caracteristicilor și competențelor sociale mai sus menționate: capacitatea de a comunica și convinge colaboratorii în legătură cu ideile și viziunile



individuale sau ale grupului, capacitatea de a-i percepe corect pe ceilalți, de a face o primă impresie bună și de a-i convinge să-și schimbe opiniile sau comportamentele, capacitatea de a dezvolta rețeaua de relații.

O primă competență socială dezvoltată prin activitățile proiectului a fost capacitatea de a comunica și convinge colaboratorii în legătură cu ideile și viziunile individuale sau ale grupului. Echipa de proiect din România fost organizatoarea primei întâlniri internaționale care a avut loc în perioada 7-11 Octombrie 2015, când 7 profesori de la școlile parteneri au vizitat Colegiul Economic "Ion Ghica" Bacău. Diversitatea

opiniilor pe tema migrației și comunicarea și dezbaterea acestora s-a realizat în cadrul mesei rotunde pe tema migrației desfășurată la sediul ISJ Bacău. Pe lângă cei 7 reprezentanți școlilor străine echipa de proiect a Colegiului Economic "Ion Ghica" Bacău a avut ca invitați pe Simina Costeniuc (FSC), Andre Mui (Asociația Betania), Viorel Coșeraru și Diana Aprodu (CJRAE Bacău), Marieta Hârțescu (inspector școlar pentru limba rromani și școlarizarea rromilor), Florin Dura și Sandu Dorel (Partida Rromilor).

O altă competență antreprenorială avută în vedere a fost capacitatea de a-i percepe corect pe ceilalți, de a face o primă impresie bună și de a-i convinge să-și schimbe opiniile sau comportamentele. În acest sens, partenerii de proiect au vizitat Școala Gimnazială nr. 1, Valea Seacă, o școală cu populație școlară preponderent de origine rromă, unde oaspeții au fost întâmpinați de elevi, de directorul instituției, de consilierul școlar, de mediator. Discuțiile avute au contribuit covârșitor la înțelegerea de către parteneri și la schimbarea opiniei acestora despre România, ceea ce a avut ca rezultat o creștere a gradului de colaborare în cadrul parteneriatului.

Nu în ultimul rând, capacitatea de a dezvolta rețeaua de relații este un alt exemplu de bună practică în formarea competențelor antreprenoriale, identificat în cadrul acestui proiect. Valoarea rețelei de relații pe care o are un antreprenor constituie capitalul său social, reprezentând resursele tangibile și intangibile la care acesta poate să aibă acces prin intermediul membrilor rețelei. Cu cât această rețea este mai mare, cu atât identificarea de noi oportunități și resurse este mai ușoară. Aceste afirmații sunt cum nu se poate mai adevărate în ceea ce privește modalitatea de înființare a acestui parteneriat (Heinrich-Emanuel-Merck-Schule, Darmstadt - Germania, Lycee Polyvalent Auguste Loubatieres, Agde - Franța, Zespół Szkół Mechanicznych nr 2, Cracovia - Polonia, Institut Vall d'Hebron, Barcelona - Spania, Colegiul Economic Ion Ghica Bacău - România) care a rezultat în urma cooperării anterioare a diverși membri din echipele de proiect. Așa cum profesorii au reușit să obțină rezultate concrete punând în valoare rețeaua lor profesională, la fel învață și elevii implicați în



acest proiect să coopereze unii cu ceilalți în cadrul echipelor de lucru multinaționale, urmând să folosească aceleași principii și mai târziu, pe parcursul derulării parteneriatului, dar și în viața reală.

Acestea sunt doar două dintre cele 10 exemple de bună practică în care Colegiul Economic "Ion Ghica" Bacău a fost implicat de-a lungul a 10 ani de activitate în cadrul parteneriatelor școlare. Parteneriatul educațional se desfășoară împreună cu actul educațional propriu-zis. Parteneriatul educațional urmărește transformarea reală a elevilor în actori principali ai demersului educațional, urmărindu-se atingerea unor obiective de natură formală, informală, socio-comportamentală. Ca atare, majoritatea covârșitoare a elevilor Colegiului care au participat de-a lungul timpului la activitățile acestor parteneriate au putut să folosească în viața reală toate competențele dobândite și dezvoltate în timpul liceului, devenind fie studenți ai unei universități din străinătate, fie deschizându-și propriile lor afaceri.

În concluzie, competențele antreprenoriale nu sunt exclusiv apanajul oamenilor de afaceri, ci au devenit un "must-have" al tuturor membrilor societății actuale. Așa cum spunea Robert L. Schwartz, "un antreprenor este acel om care vizualizează și pune în practică. Când vizualizează ceva, vede în același timp și cum poate face ca acel lucru să se întâmple." Ca să ne putem adapta la ce se întâmplă în jurul nostru, școala în primul rând, dar nu doar ea, ne ajută să dobândim calitățile necesare unui antreprenor de succes/ membru al societății: să avem o viziune asupra vieții proprii sau/ și a societății din care facem parte, să fim inteligenți și creativi pentru a găsi soluții la problemele cu care ne confruntăm, să ne cunoașterea domeniului de activitate, să fim perseverenți și hotărâți în ceea ce facem, să fim carismatici și persuasivi pentru a putea dobândi respectul și susținerea celorlalți, responsabili în deciziile rapide și eficiente pe care le luăm, să ne cultivăm instinctele corecte și să avem încredere în ele, fiind susținuți de o gândire pozitivă, să avem o etică personală și să avem încredere în oameni.

3.14. DEZVOLTAREA SPIRITULUI ANTREPRENORIAL PRIN FIRMA DE EXERCİȚIU

Autor: Tihon Ion, Topor Iurie, Tanasiev Natalia
Centrul de Excelență în Informatică și Tehnologii Informaționale
Chișinău, Republica Moldova

Abstract

The main goal of a business is to make profit by manufacturing, commercializing or offering services. This activity consists in finding the right economic opportunities, being the most innovative and be willing to sacrifice to be the best.

Training firm is a method of teaching students to adapt to real life situations.

-It develops the entrepreneur spirit by accomplishing specific activities of a real firm.

-It simulates economic operations that happen in real economic world.

-It makes students get used to economic notions.

-It makes the transition from school to active life easier.

-It develop qualities that every entrepreneur should have: being flexible, innovative, inventive, have positive mental attitude, decision making, responsibility, team work, perseverance, auto-evaluation and criticism.

After finishing the training firm, it is expected that the students:

-find a job faster and easier

-accommodate to their work better

-adapt faster when changing work place

The structure of a training firm:

Each firm has departments in which the students to work according to their specific domain.

Human resources

Marketing

Accounting

Transactions

Secretariate

Unlike in real life, if a wrong decision was made, it doesn't really have a real economic consequence in the training firm, because it is just a simulation.

Simulated processes similar to the real economy:

Analyze, planification, organization, decision, execution and control.

To be a good entrepreneur follow these rules:

-Do it with passion

-Just be yourself

-Be an example for others

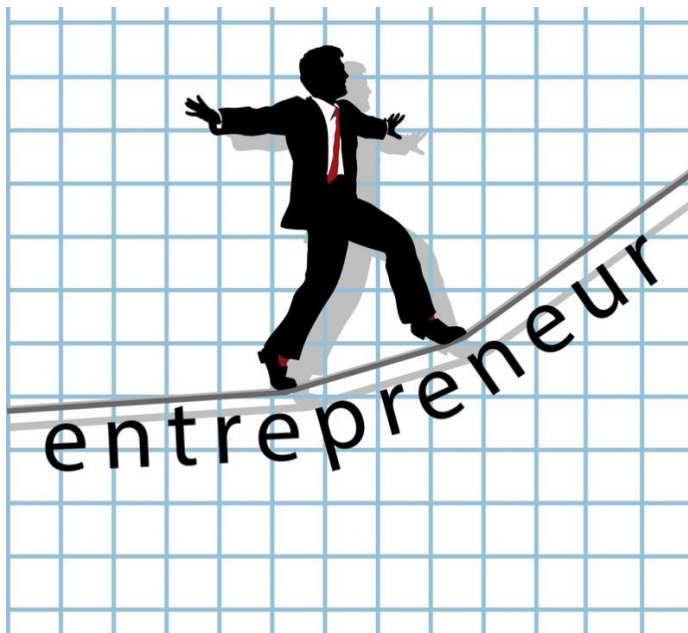
-Become a good specialist

-Be confident, socialize

-The Team is really important

-There is always room for improvement

Everyone wants to go to heaven, but nobody wants to die



Ce este antreprenoriatul? Antreprenorul – cine e?

Antreprenoriatul este o activitate de fabricare a produselor, prestare a serviciilor, efectuare a lucrărilor, comercializare, desfășurată de persoanele fizice sau juridice, în mod independent, din propria inițiativă, pe nume, risc și răspundere patrimonială proprie, pentru a obține o sursă permanentă de venit sau/și profit.

Activitatea antreprenorială constă în identificarea și valorificarea unor oportunități economice.

Activitatea antreprenorială este un proces care se derulează în diferite medii și unități de afaceri ce cauzează schimbări în sistemul economic prin inovări realizate de persoanele care valorifică oportunitățile

economice creând valori atât pentru indivizi cât și pentru societate

Antreprenoriatul înseamnă activitate intensă și dedicare, pasiune și viziuni personale. Antreprenoriatul reflectă dorința de a fi cel mai bun, de a obține performanțe.

Antreprenorul este persoana capabilă să învingă obstacolele pentru punerea în practică a unei idei inovatoare în sectorul noilor produse și al noilor servicii.

Ce este ”Firma de Exercițiu”?

Firma de exercițiu este o metodă inovativă de învățare ce vizează dezvoltarea aptitudinilor de muncă pentru elevi în vederea îmbunătățirii adaptabilității acestora la cerințele primului loc de muncă relevant.

O metodă interactivă de învățare pentru dezvoltarea spiritului antreprenorial, o concepție modernă de integrare și de aplicare interdisciplinară a cunoștințelor, o abordare care asigură condiții pentru probarea și aprofundarea practică a competențelor dobândite de elevi în pregătirea profesională.

Firma de exercițiu este potrivită pentru dobândirea, verificarea și aprofundarea cunoștințelor comerciale, formarea abilităților, a capacităților personale și a modurilor de comportament în toate domeniile din structurile întreprinderii, de la referent până la întreprinzător.

Firma de exercițiu contribuie la:

- ✓ dezvoltarea spiritului antreprenorial prin realizarea de activități specifice unei firme reale;
- ✓ simularea operațiunilor și proceselor economice specifice mediului real de afaceri;
- ✓ perfecționarea limbajului de afaceri;
- ✓ facilitarea trecerii de la școală la viața activă;
- ✓ dezvoltarea de competențe și atitudini necesare unui întreprinzător dinamic: creativitate, gândire critică, rezolvarea de probleme, luare de decizii, asumarea responsabilității, lucrul în echipă, inițiativă, perseverență, auto-organizare și auto-evaluare a resurselor individuale, flexibilitate.

Implementarea conceptului de ”firmă de exercițiu” își propune crearea tipului de întreprinzător dinamic, capabil să dezvolte un nou proces de producție, să aducă pe piață un nou produs sau serviciu sau să descopere o nouă cale de distribuție.

Rezultatele preconizate în urma aplicării acestei metode sunt:

- creșterea gradului de inserție pe piața muncii a absolvenților;
- reducerea perioadei de acomodare la locul de muncă;
- mai bună adaptabilitate la schimbarea locului de muncă;
- flexibilitate;
- asumarea inițiativei și a riscului.

Structura Firmei de exercițiu

Fiecare firmă de exercițiu este structurată, ca și în activitatea practică, pe departamente: departamentul resurse umane, secretariat, marketing, vânzări, contabilitate ș.a.m.d. Elevii lucrează în cadrul departamentelor, desfășurând activitățile specifice acestora.



Pe lângă posibilitatea contactelor, la nivel național și internațional, un alt punct forte al firmei de exercițiu este simularea. Decizii greșite, care în viața reală a afacerilor pot duce la periclitarea propriei întreprinderi, nu au în firma de exercițiu nici o consecință economică reală.

Ele sunt o parte importantă a experienței proprii a elevilor, un factor esențial al procesului de învățare. Este indicat chiar să se exerseze aceste situații de eșec posibile în economia reală, elevii fiind astfel pregătiți pentru soluționarea / preîntâmpinarea lor. Firmele de exercițiu nu sunt întreprinderi perfecte.

Procesele simulate prin firma de exercițiu sunt similare celor din economia reală:



- Procese de analiză;
- Procese de planificare;
- Procese de organizare;
- Procese de decizie;
- Procese de execuție;
- Procese de control.

Cum să ajungi un bun antreprenor?

❖ Fa-o cu pasiune.

Doar prin devotament față de întreprinderea inițiată și prin preocuparea totală de evoluția și prosperitatea acesteia poți obține succes cu afacerea ta. Deși, în mare parte virtual, dar firma de exercițiu îți oferă posibilitatea de a încerca, de a eșua sau de a reuși, totul depinde de atitudinea ta față de ceea ce faci.

❖ Fii tu însuși.

La firma de exercițiu, suntem pe o scenă, un platou în lumea afacerilor virtuale, care se menține pe val, fie că se prăbușește în dependență de jocul de rol al întregii echipe. Ceea ce ține de fiecare individ în parte, component al acestui platou, aici, la firma de exercițiu te poți încerca în diverse roluri, pentru a te determina, ce anume te reprezintă pentru a nu fi în dezacord cu personalitatea ta. Îți găsești faza ta, care crezi, că ți se potrivește și pășești cu siguranță înainte. Nimeni nu a zis că nu ai dreptul de a da greș, cu atât mai mult, că la firma de exercițiu, insuccesul nu urmărește careva consecințe reale, doar obții experiență. Eșecul de la firma de exercițiu nu-ți șterbește din inițiativa și curajul antreprenorial.

❖ Fii un exemplu pentru ceilalți.

Aici nu e vorba de idealism. Ceea ce faci, să o faci bine – atât e destul. Să fii o sursă de energie pentru alții, la fel cum cineva, prin comportamentul și acțiunile sale te alimentează energetic pe tine.

E demonstrat prin practica firmelor de exercițiu, o dată ce o echipă are un model de comportament demn, toți se străduie să-l urmeze, îndeplininduși sarcinile cât mai perfect. Succesul unei asemenea ”întreprinderi” în universul firmelor de exercițiu este garantat.

❖ Specializarea contează.



Ce ține de specializare, firma de exercițiu îți acordă o instruire teoretică și practică mult mai vastă decât ți-o imaginezi. Cum trebuie să funcționeze o întreprindere, amănuntele ce țin de buna activitate a acelor departamente, toate acestea le înveți cu siguranță la firma de exercițiu.

❖ **Încredere, comunicare și control.**

Încredere în propria inițiativă și acțiunile proprii, comunicare ca mijloc de promovare și dezvoltare a afacerii tale, controlul prin comunicare și auto-controlul în timpul acesteia – aptitudinile date le înveți, cu siguranță, în cadrul procesului de instruire la firma de exercițiu

❖ **Echipa este mai importantă decât se crede.**

Cum am și mai zis, la firma de exercițiu, o echipă ”de forte” poate transforma orice ”întreprindere” cu orice gen de activitate, într-o entitate prosperă. Prin prisma firmei de exercițiu,



poți învăța o clasificare a persoanelor, în dependență de sîrguință, competitivitate etc., pentru a-ți forma un ”ideal” al echipei de lucru pe care îl vei aplica la viitoarea ta afacere.

❖ **Un lider adevărat nu are temeri.**

Liderul nu inhibă calitățile unui angajat, liderul evoluează o dată ce-și ajută angajatul să-și descopere potențialul său. La firma de exercițiu te poți proba în rol de ȘEF și Lider, și de a stabili pentru sine, ce dorești să vezi, în viitor, în privirea angajaților tăi, frică și repulsie sau recunoștință și respect.

❖ **Continuă să înveți.**

Deci, ai înțeles deja, că firma de exercițiu îți oferă mai mult decât o instruire în ceea cum să inițiezi, ridici și să dezvolți o afacere. Firma de exercițiu îți oferă ”studii” în domeniu prin aplicații practice.

Nu e cazul să-ți limitezi studiile. Trage câte o lecție din fiecare eșec sau succes pe care le obții. Pentru a iniția o afacere de succes, creează o problemă și propune imediat soluția.

Dacă ai un vis antreprenorial, urmează-l!

”Toți își doresc să ajungă în Rai, dar nimeni nu vrea să moară.” Robert Kiyosaki



3.15. ABOUT ENTREPRENEURSHIP IN EUROPE

Carmen Fediuc
Deputy General Manager
Chamber of Commerce and Industry
Suceava, Romania

I. What is entrepreneurship?

“The best way that you can predict the future is to create it”
Peter Drucker

Entrepreneurship has several definitions, it can be defined as:

- a *process*: looking at things in the way that makes to see solutions to problems and perceive needs that can be converted into business opportunities;
- a *practice*: creation of a new organization, procedures and especially starting a new business;
- a *way of thinking*: predisposition to risk and involvement in the initiation and development of business, focusing on ”what could be” and ”what would be”.

Entrepreneur term comes from the French term ”entrepreneur”, a person who initiates an action, an activity on their own. In the most plastic way, entrepreneurship means the business expression in which an individual is able to transform a business idea into a profitable reality. In practice, entrepreneurship has many faces and manifestations, from businesses that are driven from one’s residence to franchising in suitable locations, and to transform a new and unique idea into a developing firm.

Currently the concept of entrepreneurship is becoming increasingly important as technological, economic, social and psychological changes occur that generate needs for action, opportunities. Entrepreneurial activity is summarized in identifying and capitalizing on economic opportunities. Entrepreneurship is a process that takes place in different environments and business units causing changes in the economic system through innovation by people who exploit economic opportunities. Thus, it creates value for both individuals and society.

Austrian economist Joseph Schumpeter (who first used the terms entrepreneur and entrepreneurship in the modern sense) when defining entrepreneurship focuses on innovation: new products, new production methods, new markets and new forms of work organization. Wealth is created when the results of innovation turns into demand. From this point of view, we can define the role of the entrepreneur as to combine inputs (material, human, financial resources, etc.) in an innovative manner in order to generate value for the customer, with the hope that this value will exceed the cost of input factors, thereby generating wealth.

Therefore, we deduce the three components of entrepreneurship:

1. To identify an opportunity.
2. To pursue this opportunity beyond the existing resources.
3. To believe that this opportunity can be realized.



II. What makes an entrepreneur?

“I'm convinced that about half of what separates the successful entrepreneurs from the non-successful ones is pure perseverance....”
Steve Jobs, Apple founder

The concept of entrepreneur is very large and can be applied to many perspectives. Thus, the question is: everyone can be an entrepreneur? Many would not consider a newspaper peddler, a young person who types his colleagues' homework for money or a housewife who sells cakes as genuine entrepreneurs, although usually they are "offspring" of future successful business people. Although some temporary activities are usually considered hobbies, when they generate additional income they actually provide entrepreneurial skills market testing with minimum risk.

Can be considered an entrepreneur someone who starts a new business, but does not bring anything innovative or entrepreneurs are only those that come with new business ideas.

Initially there is an advantage of the "first comer" in the market to exploit a new concept. Then the market and competition grow up and profits occur at very low innovative efforts.

Can we consider an entrepreneur a person who inherits a business? As soon as he has inherited, it is practically his, including money and the associated risk. This person may sell or conduct business and refocus it. The answers to these questions can be different depending on the perception of each, entrepreneurship is more an attitude than a profession.

The success stories of great entrepreneurs, as Steve Jobs¹⁹ or Walt Disney²⁰, businessmen who changed the world, helped to shape the profile of an entrepreneur and its required qualities, creativity and access to resources being the only limits of an entrepreneur.

The required qualities of an entrepreneur:

- **Special skills (creativity, determination, communication skills, competitive spirit etc.)**
- **Continuous improvement**
- **Promoters of new and change**
- **Self confidence (even when others do not support the idea)**
- **Develop business according to their vision**
- **A salesman**
- **Assumes the risk in business (develop a high tolerance for risk)**
- **Persevering (attitude towards failure)**
- **Leadership qualities (inspiration, innovation and focus)**

¹⁹ <http://www.cariereonline.ro/articol/cele-mai-importante-sfaturi-ale-lui-steve-jobs>

²⁰ <http://www.lifehack.org/articles/work/7-lessons-entrepreneurship-from-walt-disney.html>



Born or become an entrepreneur?

Although there are many examples of successful business people who have not completed university studies, education helps entrepreneurs succeed in business. According to a detailed study of American labor²¹, entrepreneurs earn more with each extra year of formal education. The idea of teaching entrepreneurship appeared in 1947, when Harvard University began to offer a course in "ups" for veterans. The teaching of entrepreneurship was standardized as an element in the curriculum in the 80s and then it developed rapidly.

Stimulating entrepreneurship is one of the four long-term objectives of the strategy for education in the European Union "Education and Training 2020". Already in 14 of the 27 member States, entrepreneurship is part of secondary education as a mandatory element in the core of social sciences²². Entrepreneurship education in the university begins with exposure as many students as possible to the idea of entrepreneurship (associated risk, how to identify opportunities, innovation as essential skill). This type of exposure has not the aim to transform students into entrepreneurs, but to help assess whether or not they want to become entrepreneurs.

Also, there are taken measures that ensure entrepreneurship education, entrepreneurial networks, business incubators, sites internet, mentoring projects. Those who act as *business angels*²³ train investee businesses. Most seek to inspire those around them to take the risk of working on their own. In addition to direct mentorship provided by this type of organization or acquaintances/friends, informal meetings in entrepreneur clubs or entrepreneurs networks are very important for entrepreneurs with start-ups, where they have access to specialized information when they most need it. Business incubators and accelerators should also provide their package of services know-how and mentoring.

Once it became an entrepreneur, in addition to formal education and success stories, it gains highest importance advice given from personal experience by already mature entrepreneurs who have met and overcome mental, operational, financial obstacles typical of an entrepreneur's road. Richard Branson, who have built eight separate billion-dollar companies in eight different industries, shares his advice for entrepreneurs in an article for *Business Insider*:

- do what you enjoy and what you are keen on;
- be visible (publicized);
- choose your brand's name wisely (a name that will represent you);
- take some business risks. Success rarely comes from playing it safe;
- the first impression matters;
- perfection is unattainable, there's always room for improvement;
- the customer is right, most of the time;
- define your brand;
- explore uncharted territory (new opportunities);
- employees should associate themselves with your company;
- build a corporate comfort zone (It takes an engaged, motivated, and committed workforce to deliver a first-class product or service and build a successful, sustainable enterprise);
- choose the suitable CEO (someone who brings out the best in people);
- seek for and listen to other opinions;
- cut ties at the right time as amicably as possible;
- use of efficient ways of business communication is important (problems are more difficult

²¹ M van Praag et al, Returns for Entrepreneurs versus Employees: The Effect of Education and Personal Control on The Relative Performance of Entrepreneurs vs. Wage Employees, Forschungsinstitut zur Zukunft der Arbeit Discussion Paper, 2009

²² Entrepreneurs speak. Romanian Entrepreneurship Barometer 2013, Ernst & Young Study Entrepreneurs speak. Romanian Entrepreneurship Barometer 2013, Ernst & Young Study

²³ people with significant wealth, usually entrepreneurs themselves, who invest in young companies and provide a lesser or greater advice for start-up funding.

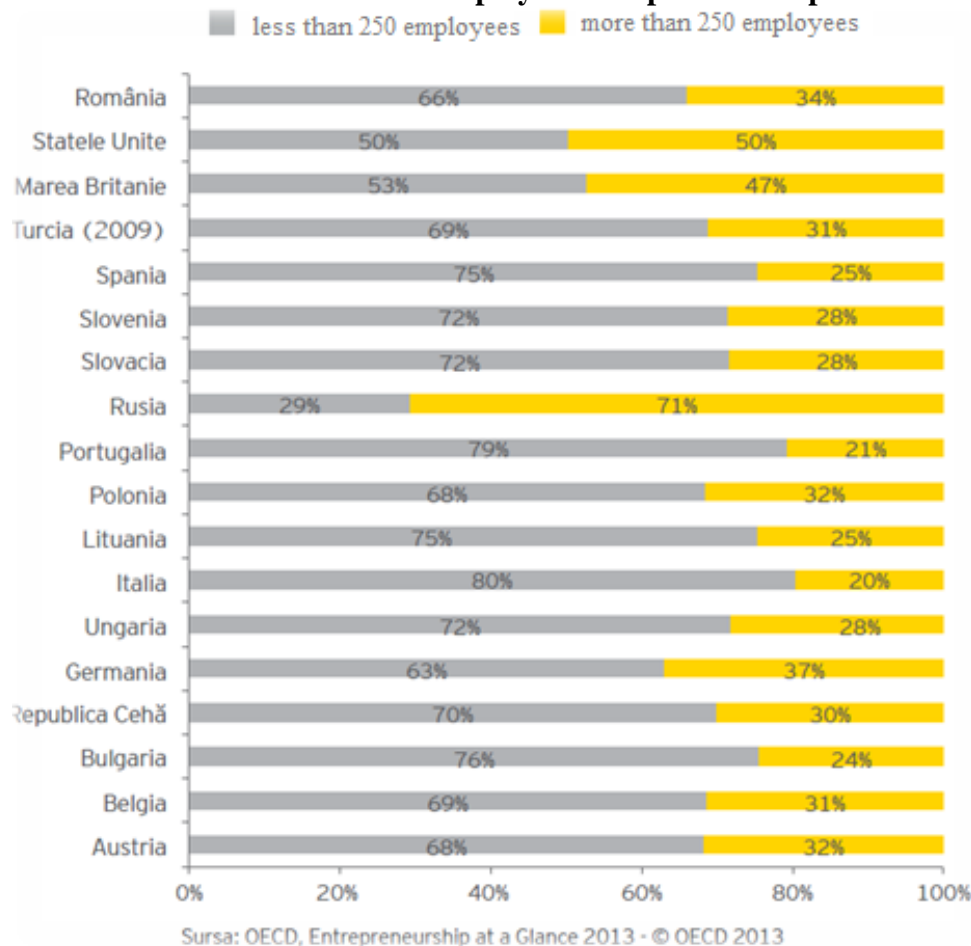
- to solve by text or email, a phone call solves everything;
- change shouldn't be avoided, but it should be managed
 - learn from every made mistake;
 - be a leader, not a boss. (A boss orders, while a leader organizes. A good leader is someone who doesn't just execute his or her own ideas, but also inspires others to come forth with their own.

III. Entrepreneurship development in Romania

"It is good to celebrate success but it is more important to draw lessons from failure."
Bill Gates

Entrepreneurs can be an engine of economic growth and are a key source of jobs. SMEs (companies with less than 250 employees) represent the majority of companies in the economy and are the largest employer. In the OECD (Organisation for Economic Co- operation and Development), SMEs account for 99% of the companies and $\frac{2}{3}$ of employees. In Romania, SMEs contribute 66% of the total number of employees of private companies.

The contribution of SMEs in total employment in private companies



Contrary to popular opinion, entrepreneurship is appreciated in the Romanian society. Thus according to the Global Entrepreneurship Monitor 2014 study, Romanians are among the first European countries when it comes to how entrepreneurship is viewed in society. Positive attitude towards entrepreneurship influences the likelihood of becoming an entrepreneur and the level of

support that new companies will receive, whether it is access to funding, partners or mentors. 74% of Romanians aged between 18 and 64 consider entrepreneurship as an excellent career alternative compared to only 57% of Europeans, and 75% of the population believes that entrepreneurs have a privileged status in society.

<i>Region and economies</i>		<i>Entrepreneurship as a good career choice</i>	<i>High status to successful entrepreneurs</i>	<i>Media attention for entrepreneurship</i>
European Union	Austria			
	Belgium	52.4	51.7	50.8
	Croatia	63.3	46.6	40.4
	Denmark			
	Estonia	55.6	64.9	43.3
	Finland	41.2	84.4	66.9
	France	59.0	70.4	39.0
	Germany	51.7	79.1	51.4
	Greece	58.4	66.4	45.8
	Hungary	47.4	72.4	33.5
	Ireland	49.4	76.9	75.7
	Italy	65.1	72.1	48.3
	Lithuania	68.8	58.3	55.1
	Luxembourg	40.7	68.2	43.5
	Netherlands	79.1	67.8	55.7
	Poland	63.3	56.5	54.5
	Portugal	62.2	62.9	69.7
	Romania	73.6	75.2	71.3
	Slovakia	45.4	58.1	52.6
	Slovenia	53.4	72.3	57.6
Spain	53.9	49.0	46.3	
Sweden	51.6	70.9	60.3	
United Kingdom	60.3	75.0	58.4	
Average (unweighted)		56.9	66.6	53.3

Source: GEM, 2014 Global Report

Share of Romanians who is currently in the early stages of entrepreneurship is 5.3%, the European average being 4.8%. Preference for entrepreneurship can be explained by the low level of salary in Romania, context where people have higher income potential based on the road on their own. However, half of Romanian respondents stated that they do not have the financial resources to setting off on their own.

The main indicator used by the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) to measure entrepreneurial activity in a country is the total entrepreneurial activity (Total Entrepreneurial Activity – TEA²⁴). Romania is among the first in Europe in terms of total entrepreneurial activity, with 11.3% of the working population being in start-up or pre-start-up phase.

In 2014 Romanian business environment is quite sustainable. Sustainability entrepreneurship in a country is reflected by stable business rate (established business ownership rates), which measures the percentage of companies who exceed the start-up period and businesses who reach this level are those who innovate and create new jobs. In Romania this is about 8%, namely over 60% of newly established initiatives survive the critical period of 42 months. In this context, it should be noted the importance of developing entrepreneurship education on improving the survival of existing companies.

²⁴ active population aged between 18 and 64 years who are in the process of starting a business (rate of entrepreneurship in forming - nascent entrepreneurship rate) or conduct their own already start-ups (rate of newly established companies - new business ownership rates)

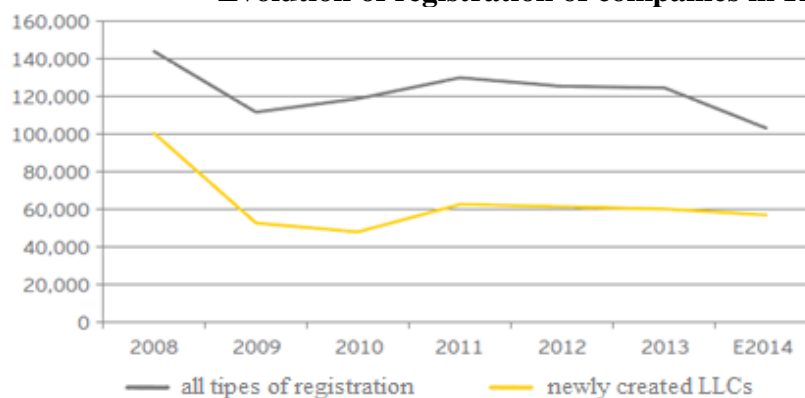
Region and economies	Nascent entrepreneurship rate	New business ownership rate	Early-stage entrepreneurial activity (TEA)	Established business ownership rate	Discontinuation of businesses (% of TEA)
Austria	5.8	3.1	8.7	9.9	2.7
Belgium	2.9	2.5	5.4	3.5	2.3
Croatia	6.0	2.0	8.0	3.6	3.8
Denmark	3.1	2.5	5.5	5.1	2.2
Estonia	6.3	3.5	9.4	5.7	2.0
Finland	3.4	2.3	5.6	6.6	2.3
France	3.7	1.7	5.3	2.9	1.7
Germany	3.1	2.3	5.3	5.2	1.7
Greece	4.6	3.4	7.9	12.8	2.8
Hungary	5.6	3.9	9.3	7.9	3.1
Ireland	4.4	2.5	6.5	9.9	1.9
Italy	3.2	1.3	4.4	4.3	2.1
Lithuania	6.1	5.3	11.3	7.8	2.9
Luxembourg	4.9	2.3	7.1	3.7	2.6
Netherlands	5.2	4.5	9.5	9.6	1.8
Poland	5.8	3.6	9.2	7.3	4.2
Portugal	5.8	4.4	10.0	7.6	3.0
Romania	5.3	6.2	11.3	7.6	3.2
Slovakia	6.7	4.4	10.9	7.8	5.2
Slovenia	3.8	2.7	6.3	4.8	1.5
Spain	3.3	2.2	5.5	7.0	1.9
Sweden	4.9	1.9	6.7	6.5	2.1
United Kingdom	6.3	4.5	10.7	6.5	1.9
Average (unweighted)	4.8	3.2	7.8	6.7	2.6

Source: GEM, 2014 Global Report

In Romania, 29% of entrepreneurial activity is determined by need, and 70% is held to meet market opportunities encountered. The situation is characteristic of the status of developing country of Romania: thus, Romania has more entrepreneurs motivated by need compared with the European average and a smaller percentage of people motivated by market opportunities (70% compared with the European average of 73 %).

Despite previous favorable opinions, in the absence of accelerated economic growth, the number of new firms is decreasing in Romania, according to Ernst & Young study²⁵. In the first 10 months of 2014 compared to the same period in 2013, the number of registered companies fell by 20%, while the number of LLCs created decreased by 6%.

Evolution of registration of companies in Romania, 2008-2014



Source: EY, ONRC calculation

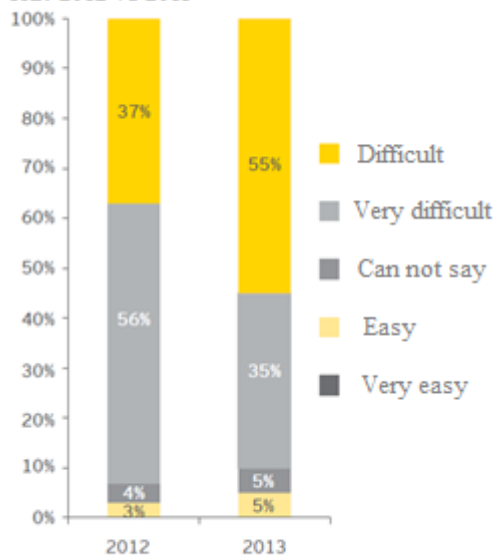
²⁵ Barometer of education and entrepreneurial culture among students, Romania 2014



Explanations for the state of affairs prevailing in Romania are many, including: low aversion to risk, unfriendly entrepreneurs culture, a low rates of growth economy, lack of starting capital and lack of entrepreneurship education.

Entrepreneurs are highly motivated, innovative and find resources to cope with any context. However, if the tax, regulatory, financial, cultural and educational environment was friendlier, more people would have the courage to start a business, helping to increase the competitiveness of the Romanian economy. To remove barriers that are standing in the way of Romanian entrepreneurs, it requires joint effort not only of policy-makers, but also investors, entrepreneurs, journalists, teachers, specialized associations and corporations.

Do you think that access to finance is easy in Romania for entrepreneurs under 40 years old? 2012 vs 2013



Source: EY Entrepreneurs speak

Deterioration of access to finance is felt by Romanian entrepreneurs amid difficult access to finance. Thus, 88% of them consider local market funding as difficult or very difficult. And for young entrepreneurs (under 40 years), access is even more difficult: 90% of the respondents believe that this type of entrepreneur financing is difficult or very difficult – perception slight improvement over last year.

Fear of failure remains one of the significant barriers to entrepreneurship approach. Only 14% of respondents think that Romanian society tolerates failure in business, while 81% think it will be a barrier for future business projects, it is a failure in career or it shows lack the necessary skills. This attitude towards failure indicates that the Romanian society penalizes insolvency and bankruptcy of companies, both from a regulatory perspective and from the perspective of further financing options, from banks and other investors. When the company fails, the cost of insolvency should be relatively small. By ensuring that the state does not

overly penalize honest entrepreneurs who arrive in this situation, and private creditors are encouraged to take a similar approach, the government can directly reduce one of the biggest barriers for entrepreneurs. This policy will strengthen the idea that business failure is part of a learning process. The government sent to Parliament a new Insolvency Code at the end of 2013, that has been adopted. It remains to be seen whether or not the adopted form will penalize entrepreneurs fail.

To the open question: which is the most important obstacle for entrepreneurs in starting or growing business in Romania, fiscal uncertainty, the level of fiscal requirements and bureaucracy have obtained the highest score: 43%.

Providing tax and regulatory system stability (94% of respondents) and simplification of laws and regulations in the field (91%) are the two solutions considered by entrepreneurs as having the greatest impact on entrepreneurship development in Romania.

Which is the most important obstacle for entrepreneurs in starting or growing a business in Romania?



Source: EY Entrepreneurs speak and EY G20 Entrepreneurship Barometer



IV. Encouraging entrepreneurship among young people in Europe

At the beginning of 2013, European Commission presented an action plan to support entrepreneurs and radical change of entrepreneurial culture in Europe. The plan emphasizes the crucial role of education and training in growing new generation of entrepreneurs and it includes specific measures to assist those who take their first steps in entrepreneurship among young people, women, the elderly, migrants and unemployed. The high level of unemployment in the EU leaves untapped human resources, especially among women and young people. Between 15% and 20% of students participating in a simulation of a micro program in high school will open their own business later, a rate three to five times higher than the average population in general.

In the aftermath of the crisis, youth unemployment rates have reached new heights across Europe. In January 2014, 23.4% of young Europeans were without a job. Following an EU wide initiative, "youth guarantees" are being implemented in many EU countries. At the same time youth entrepreneurship is moving into focus, as entrepreneurship is known to be a driver for economic growth and job creation. While only 4% of 15-24 year-olds were self-employed in 2011, the interest in self-employment and entrepreneurship seems to be much higher according to a Flash Eurobarometer Survey from 2012. The survey found that around 44% of 15-24 year-old Europeans think that self-employment is feasible and would like to set up their own business. Lack of skills and financial resources are the most common barriers to youth entrepreneurship. In 2014, the rate of entrepreneurship (TEA) was 7% among young people aged 18-24 and 12% among young people aged 25-35 years. These young people are in the process of starting a business or already run their own start-ups. These rates are quite low, given that young people should be those with greater initiative and risk tolerance.

In order to address these issues and encourage entrepreneurship a number of initiatives at both EU and National level have been introduced in recent years. At EU level, the Small Business Act called already in 2008 for an environment that supports youth entrepreneurship and fosters entrepreneurial spirit. Since 2009, the Erasmus for Entrepreneurs programme facilitates the exchange of young entrepreneurs to gain valuable learning experience in another business abroad. So far, more than 1600 exchanges have been organised with high satisfaction rates among both participants and hosts. Entrepreneurship education also became a key area in the Rethinking Education strategy and the Entrepreneurship 2020 Action Plan which encourages Member States to create entrepreneurial learning modules. Moreover, it offers financial support for young business starters through the European Social Fund (ESF). For several years the ESF has financed projects in the field, such as the learning network on inclusive entrepreneurship COPIE. Further financial support comes through the European Progress Microfinance Facility which provides access to finance for SMEs. The European Parliament has passed several resolutions (7 February, 11 September, 22 October 2013) underlining the importance of investing in entrepreneurship education and skills for young people.

In Romania, the Youth Law no. 350 of 21/07/2006 provides that young people are citizens aged between 14 and 35 years. This category of population has little knowledge of what entrepreneurship is, has no self-confidence needed to start a business on their own or they lack funds.

According to the National Youth Strategy 2014-2020, in 2012 about a quarter of young people in Romania (27%) expressed their desire to start a business. The area covered by the youth is the trade, services and advice (30%), followed by agriculture, animal husbandry, fishery and forestry (18%). Also, the collected data shows that young people would cover areas such as construction and interior (11%) and that of information and communication (10%).

According to statistics published by the National Trade Register Office, by August 2013 the most associates of companies (about 29%) are aged between 30 and 39 years, while only 11% of active companies in Romania are owned by young people up to 29 years.

In Romania, one of 100 young people decide to start a business on their own, compared with



1 in 4 young people in the Czech Republic, Poland and Hungary. The most common causes are lack of money and bureaucracy. European statistics show that Romania attaches a very low importance to entrepreneurship education, so that less than 10% of those who initiated and developed a business have a theoretical basis in this respect compared to the European average which indicates a percentage of 30%.

In Romania, there it appears to be a slightly negative culture regarding success factors on labor market, which may reflect on business environment. When asked how a young man believes that career can be successful today, the most numerous responses (cumulative 3 mentions) meet the "relations and social position" (47%), followed by "work and personal effort" (45%), "good training" (43%) and "honesty and fairness" (32%).

In addition to encouraging youth entrepreneurship, the Commission intends to promote entrepreneurship among specific segments of the population, highlighted once again the entrepreneurial potential of women - that women represent only 34.4% of employed workers in Europe *suggests that they need more encouragement and support to become more entrepreneurial.*

V. Women Entrepreneurship in Europe

While Europe does not have enough entrepreneurs pursuing their ideas to set up new businesses, there are disproportionately even fewer women than men entrepreneurs. Europe's economy needs more entrepreneurs to keep up. The Commission is working with Member States to find ways to overcome the factors that discourage women from taking entrepreneurial option.

Although in the last decade women who run businesses have not an encouraging return a greater effort is needed to overcome the specific factors which discourage women from starting or taking over small firms. **In 2014, women entrepreneurs in Europe are only 30% of all entrepreneurs.** And even more importantly, it should be created an environment in which those women who run a small business can more easily develop their businesses.

In 2012²⁶, the percentage of women entrepreneurs in total EU-28 was 31% (10.3 million). Female entrepreneurship rate (the percentage of women entrepreneurs in the total number of women who are active labor force) was 10% for Europe-37 and EU-28. Rates for males were higher by 20% and 19% respectively for Europe-37 and EU-28. The top five countries with the highest rate of entrepreneurship among women were Greece, Albania, Portugal, Italy and Croatia, and the countries with the lowest rates were Norway, Estonia, Denmark, Liechtenstein and Sweden.

The studies on sectorial presence of women entrepreneurs indicate that the proportions of women entrepreneurs in EU-28 were much lower than men in the sector groups of construction, transport and storage, water supply, information and communication, and manufacturing. For example, in 2012, 21% of the entrepreneurs in EU-28 active in manufacturing were women.

Instead, in 2012, women entrepreneurs in the EU-28 tended to have a higher education than that of male entrepreneurs.

In this regard, in Warsaw, Poland during the event of the Polish Presidency on 15 November 2011 the European Network of mentoring for women entrepreneurs was inaugurated. Mentoring Network is one of the actions proposed in the 2011 SBA Review and it aims to promote female entrepreneurship in Europe.

Mentoring network requires and supplements promote, support and encourage female entrepreneurship, which began with the creation of the European Network of Female Entrepreneurship Ambassadors (ENFEA) in 2009.

In Romania, according to the same study, female entrepreneurship has decreased dramatically. In 2012 the share of female entrepreneurship in total existing entrepreneurs in

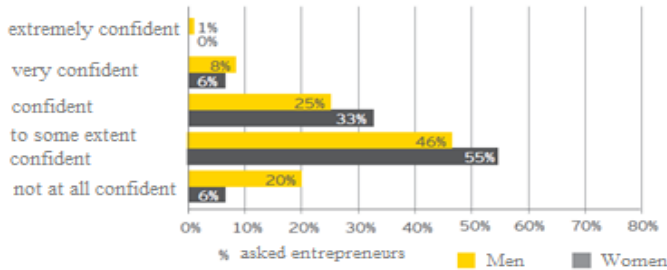
²⁶ Statistical Data on Women Entrepreneurs in Europe, September 2014, European Commission

Romania was 29%, while that of men was much higher – 71%.

The main motivation that women invokes for their involvement in entrepreneurship is the ability to improve quality of life, followed by the opportunity to earn money and therefore to achieve personally. In Romania, women have a lower level of education than men (1.53 points for women entrepreneurs and 1.61 points for men entrepreneurs). The difference is not very large, but the focus should be on women entrepreneurship training and their confidence to start a business.

Women - more optimistic in economic growth

Which is the level of confidence in the country's economic direction you come from?



Sursa: EY, 2013

Women also have a more optimistic economic outlook than men and pay their loans with a higher probability than men, yet they become entrepreneurs lesser extent than men, so they should be encouraged.

Under these circumstances creating an entrepreneurial ecosystem for women and youth is very important, an entrepreneurial ecosystem that would be successful in

generating and supporting companies with some issues that have to be taken into consideration: without mentoring financing is not effective, like financing entrepreneurial risk-taking culture without the existence of knowledge of business management; also, entrepreneurs will consider an entry barrier too high an excessive fiscal requirements and bureaucratic, even in the fulfillment of the other elements. It is also very important for the system to support companies in all stages of development, otherwise the chain breaks and companies do not reach maturity. At the beginning companies can be helped, for example, business incubators, while a large company that wants to expand will need funding and access to networks of investors. At the same time, the relationship is not only from companies to other categories of entities in the ecosystem, it is advisable also communication between companies that are at the same stage of development or in different stages.

VI. Overview of the role of business and entrepreneurs in a market economy

1. Delivery of goods / products and services
2. Creation of wealth, through the profitable management of activities
3. Enable people to pool capital, exploit opportunities, manage risks.
4. Means to deliver innovation in new sciences and technology, products or services
5. Create value through efficient use of resources
6. Sustainability, not only environmentally but also for the impact and interaction with local society. It can be seen in three different distinct areas:
 - the company's own operations,
 - the company's relations with its business partners through the value chain and
 - the philanthropic contribution it makes.
7. Employment generation
8. Raise people's quality of life and standards of living



SECTIUNEA A IV-A

MANAGEMENTUL AFACERILOR

4.1. CULTURA - SURSĂ DE CUNOAȘTERE ȘI PERFORMANȚĂ ECONOMICĂ. CONCEPTE CULTURAL - TRADIȚIONALE APLICATE ÎN MANAGEMENTUL JAPONEZ

Daniel Maftai
Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava, România
Georgiana Grigoraș
Agavriloaie Robert-Răzvan
Colegiul Tehnic "Mihai Băcescu", Fălticeni, Suceava, România

1. Explicații ale succesului postbelic al Japoniei

În cercurile de afaceri din țările vestice nu există o comunitate de opinii privind succesul economic al Japoniei²⁷. Uzual, exporturile masive ale economiei nipone se explică prin prețuri scăzute și calitate ridicată; cu privire la managementul aplicat de firmele nipone există mai multe puncte de vedere, fiecare explicând numai parțial acest fapt:²⁸

P1 - Primul accentuează argumentul conform căruia Japonia este unică sub raport cultural, iar dacă anumite practici manageriale își dovedesc eficacitatea în Osaka sau Tokio, ele nu vor da aceleași rezultate la Londra sau Paris; explicația este dată de civilizația asiatică de peste două milenii, condusă după morală, consens și colectivism

P2 - Al doilea punct de vedere se bazează pe teoria supraomului din Japonia care, mulțumindu-se cu venituri mici, creează valori mari numai din dorința de a fi cel mai bun; acest element ține de istoria și tradițiile japoneze, implicit de cultura niponă.

P3 - Al treilea punct de vedere constă în aceea că sistemul de management japonez este nu atât unic și nou în felul său, cât diferit în modul de aplicare a principiilor de management, deci individul și mentalitatea sa, ar explica procedurile detaliate pe care le aplică firmele nipone atunci când e vorba de competiția cu firmele occidentale.

Mari analiști în management și economie, precum H.J. Harrington, Peter Drucker sau Alvin Toffler, au sesizat și argumentat succesul economic al Japoniei din ultima jumătate de secol:²⁹

- decizia politică și strategiile macro pe unul, două sau trei decenii;
- gândirea pe termen lung (planuri pe 10 – 30 ani)
- sacrificarea momentului în favoarea perspectivei, respectiv salariații japonezi acceptă să muncească intens pe termen mediu pentru beneficii viitoare;
- companiile japoneze acordă mai mult timp planificării (Japonia 40%, SUA 25%) ceea ce permite o aplicare rapidă;
- prin TQM (Total Quality Management), companiile japoneze au revoluționat calitatea produselor și serviciilor;
- având planuri de perspectivă de 30 ani, top managementul este mai motivat să investească în cercetare și dezvoltare
- tradiție superioară Occidentului în învățământul preuniversitar, iar pe alte nivele ale educației, adică colegiu, master și doctorat, se discută de un infern al examenelor;

²⁷ A. Burciu, *Management comparat*, note de curs.

²⁸ E. Burduș - *Management comparat*, Editura Economică, pag.112

²⁹ P. Drucker – *Post – Capitalist Society*, 1993, *The New Realities*, London, 1990; H. J. Harrington, J.S.Harrington – *Total Improvement Management*, McGraw Hill, 1995; S. Okita – *Approaching the 21-st Century*, Tokyo 1990



– o tradiție proprie creșterea a copiilor încă din primul an de viață
– companiile japoneze au un plus cu privire la îmbunătățirea proceselor ce au loc în structura firmei / organizației

Acești factori oferă o explicație rezonabilă privind managementul de succes al companiilor nipone în comparație cu celelalte țări; un rol semnificativ în dezvoltarea Japoniei după 1950 revine:

- organizațiilor de afaceri din toate domeniile;
- statului, cu diversele sale instituții și mecanisme de influență ale organizațiilor de afaceri;
- altor instituții/organizații social - economice, având caracter nonguvernamental

2. Originile culturale ale managementului japonez.

Alături de confucianismul preluat din China sau buddismul din India, cultura japoneză și-a structurat propriul conținut. Ideile esențiale sunt:³⁰

- a) Omogenitatea socială a Japoniei (peste 99% sunt etnici japonezi)
- b) Scopul oricărui japonez este de a fi “în interiorul grupului” și nu în afara lui
- c) Japonezii, prin istoria, credința și cultura se consideră a fi *distinctivi* de oricare alt grup / națiune
- d) Sistemul de educație japonez impune o competiție dură
- e) Limba japoneză constituie un obstacol pentru companiile străine;
- f) Ierarhia și statutul social: societate ierarhică a rămas strictă peste milenii de evoluție;
- g) Importanța grupului: individualul este sacrificat pentru binele comun al grupului³¹.

În societatea japoneză ierarhia, disciplina acceptată, principiul datoriei față de „clan” au însemnat și cu milenii în urmă ceva obișnuit, o organizare naturală; piramida socială includea: puterea regală, shogunul, nobilii daimyo, samurarii, agricultorii, meșteșugarii, negustorii etc. Pentru a înțelege relațiile între persoane și între diverse clase sociale – relații care într-o formă modernă sunt întâlnite și astăzi în lumea afacerilor – se mai adaugă și alte concepte ce explică atitudinea persoanei în organizațiile japoneze³²:

- 1) Conceptele de **Yang și Yin**, sunt concepte cheie în societatea niponă; ele au o relevanță aparte și-n religia buddistă (așa numita doctrină Zen, folosită în managementul marilor companii nipone);
- 2) Conceptul **IE** are semnificația statului într-un sistem centralizat sau a partidului politic; el cere sacrificarea propriului interes pentru interesul grupului. În anumite cazuri acest comportament este obligatoriu și se menține prin sancțiuni; în societatea contemporană japoneză, IE semnifică relația prin care cineva (președinte de companie, leader politic etc.) încearcă să determine oamenii să îndeplinească anumite obiective;
- 3) Conceptul **MURA** se utilizează când este vorba de familie sau firmă; el sugerează o comunitate care pedepsește pe cei care nu se integrează, dar această integrare nu reclamă neapărat sacrificii. Tradițional, un membru Mura care intră într-o mică dificultate în afara comunității va fi protejat de grup al cărui scop este prosperitatea comună. Se poate spune că Japonia a fost întotdeauna o mare comunitate Mura.
- 4) **Relațiile dintre întreg și părțile componente** privind Yang și Yin ne ajută să înțelegem conceptul IE privind legăturile dintre individ și organizație. În acest sens, există diferență între japonezi și vestici privind înțelegerea entității și a elementelor, precum și a grupului și a membrilor. Modul de gândire al persoanelor din țările vestice pornește de la axioma matematică potrivit căreia “întregul este egal cu suma tuturor părților componente”. Spre deosebire de acesta, în Japonia percepția este că “întregul este mai mult decât suma părților”.

³⁰ C. Holroyd, K. Coates – *Business in Japan*, Times Media, 2000

³¹ A. Burciu, *Management comparat*, note de curs.

³² E. Burduș – *Management comparat*, Ed. Economică; București, 1998; Ed. a-II-a

- 5) Un alt concept specific contextului cultural japonez este **IEMOTO** care semnifică mai mult decât un club de membri reuniți voluntar, este un sistem de valori care reflectă angajamentele dintre stăpân (master) și discipol, exprimate în termeni de disciplină și autoritate; angajamentele în cadrul acestor cluburi se fac numai verbal și nu în scris.
- 6) Angajamentele în relațiile ierarhice sunt caracterizate de noțiunile **Oyabun - Kobun** care sunt relații de natură părinte - copil, patron - client și semnifică responsabilitățile sociale și obligațiile în cadrul unei structuri de luare a deciziilor³³. Oyabun-ul se situează la un nivel ierarhic superior, este de obicei o persoană mai în vârstă, cu o vechime mai mare și cu o activitate mai îndelungată în organizație. Relațiile Oyabun – Kobun derivă și în organizarea firmei, dar are și componente informale; membrii grupului informal constituit vor avea împreună și întâlniri în afara companiei: o excursie la munte, practicarea unui sport, masa la un restaurant etc.
- 7) **Noțiunea de morală**³⁴ a avut dificultăți în a fi înțeleasă de occidentali. S-a pus întrebarea, cum funcționează o societate mai mult pe bază de morală decât de drept. În contextul nipon, prin morală ar trebui să înțelegem “arta de a trăi în grup, prin care se urmărește să se împiedice dezlănțuirea agresivităților și să se apere interesul pe termen lung, prin intermediul regulilor, acțiunilor și valorilor comune, fondate pe experiență și adevăr, insuflăte prin educație și asigurate printr-un control social”.³⁵ În societatea japoneză, angajarea pe viață, avantajele sociale, decizia luată prin consens etc. sunt datorii ale firmei, în timp ce devotamentul față de muncă, perfecționarea neîntreruptă, stăpânirea egoismului, spiritul de compromis etc. sunt datorii ale salariaților, impuse doar de stima celor din jur.³⁶

3. Organizarea structurală în firmele nipone

Teoria în management recomandă numai anumite principii și criterii de proiectare / adaptare a organigramei unei firme, ea nu este însă în situația de a oferi soluții concrete pentru fiecare caz din economia reală. Prin urmare, în practica firmelor nipone vom regăsi o mare diversitate de organigrame. Valorile societății japoneze privind consensul, cooperarea, disciplina și nevoia de pregătire, egalitatea și curiozitatea încurajează adoptarea noilor paradigme care să stea la baza organizării structurale și, în general, a sistemelor de management. Din punct de vedere formal, cele mai frecvente tipuri de structuri organizatorice întâlnite în firmele japoneze sunt:

- structurile organizatorice funcționale;
- structurile organizatorice pe divizii (centre distincte de profit);

Prin comparație cu modul occidental de organizare, în cadrul firmelor japoneze regăsim anumite aspecte specifice:

- există o legătură permanentă între top management și baza piramidei organizaționale, iar numărul de nivele ierarhice este mai redus, maximum 5-6 nivele în cazul marilor corporații;
- eficacitatea structurilor organizatorice derivă din: funcționare pe bază informală, încurajarea inițiativei la nivelurile “de jos” ale piramidei, etc.
- nivelul mediu de management are un rol decisiv în echilibrarea tendinței de centralizare a puterii în organizație cu nevoia de a implica toți membrii în realizarea obiectivelor; relațiile interpersonale dintre managerii de pe diverse nivele ierarhice au un rol esențial în funcționarea organigramei.

Organigrama firmelor japoneze este mai „aplăzită”, adică are un număr mai redus de nivele ierarhice față de companiile occidentale.

³³ O Nicolescu – Management comparat, Ed. Economică, 1998

³⁴ A. Burciu, *Management comparat*, note de curs.

³⁵ E. Burduș – *Management comparat*, Ed. Economică; București, 1998; Ed. a-II-a

³⁶ N. Sasacki – *Management and Industrial Structure in Japan*, New York, 1981



Chiar dacă întreprinderile japoneze au împrumutat multe principii de organizare structurală din managementul american, aceste principii au fost adaptate la specificul cultural japonez.³⁷ După cum aprecia W.G.Ouchi, această organizare structurală relevă un mai înalt grad de coeziune, de disciplină, având menirea de a reduce diferențele între obiectivele individuale și cele de grup.³⁸ Conform profesorului Burduș, încadrarea personalului și managerilor pe posturi în structura organizatorică a firmei nipone are la bază vechimea. Cele mai înalte funcții în conducerea unei firme după președinte le dețin:

- vicepreședinții (Fucu Shocho),
- directorii executivi (Sennu) și directorii (Joma);
- directorii de pe nivelurile următoare (șefii de divizii sau șefii departamentelor precum: contabilitate, marketing) fac legătura între managementul de nivel superior și cel de nivel mediu care în companiile japoneze au un rol foarte important;
- comitetul de directori (Jomukai) reprezintă centrul de putere al organizației care influențează mult procesul de luare a deciziilor.

Dincolo de organizarea structurală a managementului nipon se află omul și deciziile ce îl privesc direct. Câteva din practicile manageriale distincte cu privire la om, în firmele japoneze, sunt următoarele:

- responsabilități colective
- angajare pe viață și stabilitate;
- centralizare în rețea;
- greve specifice;
- decizii colective;
- preocupare aproape excesivă pentru salariați;
- obiectivele se definesc dinspre baza piramidei spre „vârf”;
- analizează / planifică înainte de a se implica;
- soluțiile la problemele complexe se decide în grup;
- în „negocierea” obiectivelor între niveluri ierarhice, fiecare manager are răbdarea de a asculta

Adaptare după Aurel Burciu, note de curs

4. Managementul și decizia prin consens – coordonate generale

Încercarea de a defini modelul managementului japonez (prin consens) pleacă de la ideea, importată de altfel, dar adaptată, a managementului prin obiective și se regăsește în caracteristicile de mai sus. Cu alte cuvinte, factorul uman localizat la nivelul firmelor japoneze – adică participarea salariaților, responsabilitatea colectivă, viziunea asupra indivizilor etc. – explică în cea mai mare măsură succesul în competiția cu firmele occidentale. Cu toate că omul este pus în centrul firmei ca persoană distinctivă, demnă de respect pentru ceea ce este, această viziune se reflectă și în organizarea structurală în întreprinderile japoneze ce se particularizează și prin accentul pus pe dezvoltarea responsabilității salariaților și îmbogățirea posturilor indiferent de nivelul ierarhic. Pe de altă parte, executanții se implică în soluționarea unor probleme cum ar fi calitatea produselor, prin sugestiile pe care le fac pentru îmbunătățirea acesteia.

În ceea ce privește adoptarea deciziilor prin consens originile culturale ale japonezilor își pun amprenta asupra managementului zilnic aplicat de companiile nipone. Conceptul de decizie, în contextul nipon, este foarte greu de explicat deoarece în spatele lui se află ascunse elemente ale unei culturi specifice.³⁹ Spre exemplu, dacă în România sau în Franța se folosește sintagma “a lua o decizie”, aceasta semnificând faptul că șeful are puterea, în Japonia conceptul de decizie este mai

³⁷ E. Burduș – *Managementul comparat*, Ed. Economică, pag.132

³⁸ W. G. Ouchi - *Management comparat*; preluat după Burduș – *Management comparat*, Ed. Economică, București

³⁹ O. Nicolescu - *Management comparat*, Editura Economică, București, 2001

bine redat de expresia engleză “to make a decision”, cu semnificația că decizia “se fabrică”, se pregătește îndelung, deci reprezintă mai mult un proces decât un act decizional.⁴⁰

Practica managementului în Japonia se bazează pe consensul ce se realizează în cadrul organizațiilor cu privire la orice proces de negociere, orice proces decizional etc. Acest sistem a fost dezvoltat în Japonia și cunoscut sub denumirea de Ringi, care este considerat ca una dintre trăsăturile cele mai reprezentative; el înglobează toate virtuțile managementului nipon, de la accentul pe perspectiva globală, la situarea intereselor de grup înaintea intereselor individuale. El se prezintă ca un proces ce pornește de jos în sus, de la nonmanageri spre vârf, pentru ca mai apoi decizia să fie luată împreună, fiind analizată, în ședințe succesive, fiecare idee.

Sistemul Ringi cuprinde ansamblul procedurilor organizaționale impuse de munca în grup și de realizarea consensului; după 1970 acest sistem a fost abandonat în multe întreprinderi, mai ales prin renunțarea la punerea sigiliului pe un document, dar spiritul acestui mod de a proceda s-a păstrat și s-a încorporat într-un alt mecanism specific: Nemawashi.⁴¹ Este de menționat că Nemawashi reprezintă un ansamblu de demersuri și negocieri pregătitoare prin care se vizează obținerea adeziunii tuturor înainte ca o decizie să fi luată.

Nemawashi nu funcționează după reguli stricte, ci de o manieră suplă, informală. Decizia este luată practic prin mecanismul Nemawashi, Ringi-ul nefiind decât procedura de redactare în detaliu a acesteia. Luarea deciziilor prin consens necesită o perioadă mai îndelungată, ceea ce a condus pe unii specialiști să considere să japonezii pierd anumite oportunități de profit.

5. Concluzii

Într-un studiu întreprins de către profesorul J. Juran reiese faptul că, dacă luarea deciziilor la japonezi durează mai mult decât la occidentali, aplicarea lor durează mai puțin, deci este extrem de rapidă. În teorie, dar și în practică, procesul decizional include perioada de adoptare a deciziei, cât și perioada de implementare, ceea ce permite și lui P. Drucker să afirme că în ansamblu, el este mai scurt în întreprinderile japoneze decât în cele din țările occidentale. Specialiștii japonezi consideră că o perioadă mai lungă de adoptare a deciziilor este justificată în multe situații dacă se are în vedere importanța unor decizii pe termen lung de care depinde viitorul întreprinderii, realizarea cu eficiență sporită a obiectivelor din strategia firmei. În plus, aplicarea managementului și adoptarea deciziilor prin consens presupune participarea întregului personal implicat în domeniul de aplicabilitate al deciziei, deci mărește șansele de reușită în aplicarea acestor decizii.

Se poate aprecia, așadar, că managementul japonez combină multe caracteristici structurale ale companiilor din întreaga lume cu o filosofie specifică prin care se urmărește integrarea individului în colectivitate și în care se regăsesc elemente de cultură veridice, păstrate ca o identitate perenă. Ceea ce este specific constă în modul în care valorile culturale japoneze îi dau forță prin combinarea intereselor individului cu cele ale colectivității.

Bibliografie:

1. A. Burciu, *Management comparat*, note de curs.
2. C. Holroyd, K. Coates – *Business in Japan*, Times Media, 2000
3. E. Burduș – *Management comparat*, Ed. Economică; București, 1998; Ed. a-II-a
4. M. Eliade – *L’Histoire des croyances et des idées religieuses*, vol I – II Payot, Paris, 1976 – 1978
5. O. Nicolescu - *Management comparat*, Editura Economică, București, 2001
6. W. G. Ouchi - *Management comparat*; preluat după Burduș – *Management comparat*, Ed. Economică, București

⁴⁰ E. Burduș – *Management comparat*, Editura Economică, pag 124

⁴¹ A. Burciu, *Management comparat*, note de curs.



1. http://www.agir.ro/univers-ingineresc/metoda_japoneza_kaizen_de_crestere_a_performantelor_economice_in_industrie_375.html
2. <http://www.zf.ro/profesii/managementul-japonez-vine-in-romania-2948299/>
3. <http://ghidmanagement.ro/post/2009/12/24/Despre-managementul-japonez.aspx>
4. http://ro.wikipedia.org/wiki/Kazuo_Inamori
5. <http://www.businessmagazin.ro/actualitate/companii-romanesti-cu-filozofie-japoneza-1009507>

4.2. IMPOZITUL PE VENITUL MICROÎNTRINDERII

Lect. univ. dr. Cristinel Ichim
Universitatea „Ștefan cel Mare”
Suceava, România

Abstract

The article entitled „Income taxes for microenterprises” has the purpose to bring a complete perspective of the fiscal burden of small firms, through the perspective of the New Fiscal Code, that entered into force in January 2016.

The paper, is structured into two main parts. In the first one, we clarify what exactly the term „taxes” stands for, and we did a classification of taxes. The second part, is actually the main focus of the paper, because it analyses the taxes that are set up for microenterprises through the legal requirements.

Taxes can be described as compulsory pecuniary levies on a non-refundable basis, without direct consideration of income and wealth of individuals and legal entities, that are entitled to the state, so that it could meet the general needs of society by fulfilling the economic, financial, political and social functions. They are classified according to several criteria including relevance and importance detaches the grouping of taxes in direct and indirect taxes.

Direct taxes are set on a nominal basis for the taxpayers, depending on their income or wealth, the taxes will be paid within specified time limits. They have a direct bearing on the payer subject. In this category we include: corporate tax, dividend tax, tax on income microenterprises, income tax, tax on buildings. Indirect taxes are established over the sale of goods and provision of services. Specifically, they are included in prices (tariffs) that are paid to the budget by manufacturers, traders or service providers but are supported by consumers. In this category include: VAT, Customs and Excise.

So microenterprises income tax is a direct tax on the income of legal entities. For it to be applicable the following conditions must be met by 31th of December of the previous fiscal year:

- a) to have a distinct revenue other than those obtained by carrying out activities in banking, insurance, reinsurance, capital market (except intermediary in these areas), gambling, exploration, development and exploitation of oil deposits and gas natural;*
- b) produced income, other than consultancy and management in over 80% of total revenue;*
- c) their revenue did not exceed the equivalent in RON of EUR 100,000;*
- d) their share capital is held by other people, than the ones of the state and territorial administrative units;*



e) is not in dissolution followed by liquidation, registered in the Trade Register or the courts according to the law.

Tax rates on the income of microenterprises are differentiated by the number of employees as follows: 1% (for enterprises that have more than two employees, inclusive), 2% (for enterprises that have an employee), 3% (for enterprises that have employees). These tax rates apply to the taxable base that consists of income from all sources except those certain incomes that are specified by the Tax Code. In case that a microenterprise buys cash-registers, the purchased amount is deducted from their tax base, according to documentary evidence, in the quarter in which they were put into operation.

The means by which the calculation and payment of the income tax for microenterprises are carried out is quarterly by the 25th of the month following the quarter for which the tax is calculated. Microenterprises are required to submit by the deadline for the payment of the tax, a declaration of the enterprises income tax. Legal entities that are dissolved by means of liquidation, by law, in the same year it began the liquidation; must submit a declaration of the enterprises income tax and must pay the taxes on up to the date of the financial statements to the tax authorities.

1. Noțiunea și clasificarea impozitelor

Impozitele și taxele constituie cele mai vechi mijloace financiare de care dispun statele pentru realizarea funcțiilor și sarcinilor lor. În limba română, cuvântul impozit își are originea în cuvântul latin “impositum”, iar cuvântul taxă din cuvântul “taxis” din greaca veche, ambele având sensul de obligație publică. Și cuvântul “fisc” își are originea în latinescul “fiscus”, care însemna “coș” sau “paner”, devenit apoi instrumentul de colectare a resurselor publice.

Literatura de specialitate a formulat mai multe definiții ale impozitului. Astfel unii autori definesc impozitul ca fiind ”o contribuție bănească obligatorie și cu titlu nerambursabil, datorată conform legii, bugetului de stat de către persoanele fizice și persoanele juridice pentru veniturile pe care le obțin sau bunuri pe care le posedă⁴².

Reglementarea legală⁴³ definește impozitul astfel: „prelevare obligatorie, fără contraprestație și nerambursabilă, efectuată de către administrația publică pentru satisfacerea necesităților de interes general”

Definiția pe care o reținem definește impozitele astfel: impozitele sunt prelevări pecuniare obligatorii și cu titlu nerambursabil, fără contraprestație directă, din veniturile și averea persoanelor fizice și juridice, la dispoziția statului, în vederea satisfacerii nevoilor generale ale societății, prin îndeplinirea de către stat a funcțiilor sale economice, financiare și politico-sociale.

Realizarea unei clasificări a impozitelor presupune utilizarea a cinci criterii:

- În funcție de trăsăturile de fond și de formă:
 - Impozite directe sunt stabilite nominal în sarcina contribuabililor, în funcție de veniturile sau averea acestora, fiind încasate la anumite termene. Acestea au o incidență directă asupra subiectului plătitor. În această categorie se includ: impozitul pe profit, impozitul pe dividende, impozitul pe veniturile microintreprinderilor, impozitul pe salariu, impozitul pe clădiri.
 - Impozite indirecte sunt cele care se instituie asupra vânzării de bunuri și prestării de servicii. Acestea au specific faptul că, fiind incluse în prețuri (tarife), se varsă la buget de către producători, comercianți sau prestatori de servicii dar sunt suportate de către consumatori. În această categorie se includ: taxa pe valoarea adăugată, taxele vamale, accizele.
- În funcție de obiectul asupra cărora se așează: impozite pe venit, impozite pe avere, impozite pe consum (pe cheltuieli).

⁴² Dan Drosu Șaguna, Dan Șova, *Drept fiscal*, curs universitar, Editura C. H. Beck, București, 2011, p. 87

⁴³ Art. 2 pct.29 din Legea nr. 500/2002 privind finanțele publice, publicată în Monitorul Oficial nr. 597 din 13 august 2002 cu modificările și completările ulterioare

- În funcție de scopul urmărit de stat prin instituirea lor: impozite financiare obișnuite și impozite de ordine. Acestea vizează limitarea consumului unor bunuri sau restrângerea unor acțiuni, dar și realizarea unor deziderate ce nu au caracter fiscal.
- În funcție de frecvența percepției la buget: impozite permanente (ordinare) și impozite incidentale (extraordinare).
- În funcție de instituția care administrează impozitele: impozite ale administrației centrale de stat și impozite ale organelor administrativ-teritoriale (locale).

2. Impozitarea veniturilor microîntreprinderilor⁴⁴

2.1. Definierea microîntreprinderii și aria de cuprindere a impozitului pe venitul microîntreprinderii

Microîntreprinderea este o persoană juridică română⁴⁵ care îndeplinește cumulativ următoarele condiții, la data de 31 decembrie a anului fiscal precedent:

a) a realizat venituri, altele decât cele obținute din desfășurarea de activități în domeniul bancar, asigurare-reasigurare, piața de capital (cu excepția activităților de intermediere în aceste domenii), jocuri de noroc, explorare, dezvoltare, exploatare a zăcămintelor petroliere și gazelor naturale;

b) a realizat venituri, altele decât cele din consultanță și management, în proporție de peste 80% din veniturile totale;

c) a realizat venituri care nu au depășit echivalentul în lei a 100.000 euro. Cursul de schimb pentru determinarea echivalentului în euro este cel valabil la închiderea exercițiului financiar în care s-au înregistrat veniturile;

d) capitalul social al acesteia este deținut de persoane, altele decât statul și unitățile administrativ-teritoriale;

e) nu se află în dizolvare, urmată de lichidare, înregistrată în registrul comerțului sau la instanțele judecătorești, potrivit legii.

Persoanele juridice române aplică impozitul pe venitul microîntreprinderilor începând cu anul fiscal următor celui în care îndeplinesc condițiile de microîntreprindere precizate mai sus.

O persoană juridică română care este nou-înființată este obligată să plătească impozit pe veniturile microîntreprinderilor începând cu primul an fiscal, cu excepția situației în care aceasta intenționează ca începând cu data înregistrării în registrul comerțului să desfășoare activități în domeniul bancar, asigurare-reasigurare, piața de capital, jocuri de noroc, explorare, dezvoltare, exploatare a zăcămintelor petroliere și gazelor naturale

De asemenea persoana juridică română nou-înființată care, la data înregistrării în registrul comerțului, are subscris un capital social reprezentând cel puțin echivalentul în lei al sumei de 25.000 euro poate opta să i se aplice regimul juridic al impozitului pe profit. Opțiunea este definitivă, cu condiția menținerii valorii capitalului social de la data înregistrării, pentru întreaga perioadă de existență a persoanei juridice respective. În cazul în care această condiție nu este respectată, persoana juridică aplică prevederile privind impozitul pe veniturile microîntreprinderilor, începând cu anul fiscal următor celui în care capitalul social este redus sub valoarea reprezentând echivalentul în lei al sumei de 25.000 euro de la data înregistrării, dacă sunt îndeplinite condițiile microîntreprinderii. Cursul de schimb utilizat pentru determinarea echivalentului în lei pentru suma de 25.000 euro este cursul de schimb leu/euro comunicat de Banca Națională a României, valabil la data înregistrării persoanei juridice.

⁴⁴ Impozitarea veniturilor microîntreprinderilor este reglementată în Titlul III, art. 47-57 din Legea nr. 227/2015 privind noul Cod fiscal. publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 688 din 10 septembrie 2015

⁴⁵ O societate cu răspundere limitată, în principiu

2.2. Baza impozabilă

Impozitul pe veniturile microîntreprinderilor, se aplică asupra bazei impozabile determinate potrivit prevederilor art. 53 din Codul fiscal. Astfel aceasta este constituită din veniturile din orice sursă, din care se scad:

- a) veniturile aferente costurilor stocurilor de produse;
- b) veniturile aferente costurilor serviciilor în curs de execuție;
- c) veniturile din producția de imobilizări corporale și necorporale;
- d) veniturile din subvenții;
- e) veniturile din provizioane, ajustări pentru depreciere sau pentru pierdere de valoare, care au fost cheltuieli nedeductibile la calculul profitului impozabil;
- f) veniturile rezultate din restituirea sau anularea unor dobânzi și/sau penalități de întârziere, care au fost cheltuieli nedeductibile la calculul profitului impozabil;
- g) veniturile realizate din despăgubiri, de la societățile de asigurare/reasigurare, pentru pagubele produse bunurilor de natura stocurilor sau a activelor corporale proprii;
- h) veniturile din diferențe de curs valutar;
- i) veniturile financiare aferente creanțelor și datoriilor cu decontare în funcție de cursul unei valute, rezultate din evaluarea sau decontarea acestora;
- j) valoarea reducerilor comerciale acordate ulterior facturării;
- k) veniturile aferente titlurilor de plată obținute de persoanele îndreptățite, potrivit legii, titulari inițiali aflați în evidența Comisiei Centrale pentru Stabilirea Despăgubirilor sau moștenitorii legali ai acestora;
- l) despăgubirile primite în baza hotărârilor Curții Europene a Drepturilor Omului;
- m) veniturile obținute dintr-un stat străin cu care România are încheiată convenție de evitare a dublei impuneri, dacă acestea au fost impozitate în statul străin.

Pentru determinarea impozitului pe veniturile microîntreprinderilor, la baza impozabilă se mai adaugă următoarele:

- a) valoarea reducerilor comerciale primite ulterior facturării;
- b) în trimestrul IV sau în ultimul trimestru al perioadei impozabile, în cazul contribuabililor care își încetează existența, diferența favorabilă dintre veniturile din diferențe de curs valutar/veniturile financiare aferente creanțelor și datoriilor cu decontare în funcție de cursul unei valute, rezultate din evaluarea sau decontarea acestora, și cheltuielile din diferențe de curs valutar/cheltuielile financiare aferente, înregistrate cumulativ de la începutul anului;
- c) rezervele, cu excepția celor reprezentând facilități fiscale, reduse sau anulate, reprezentând rezerva legală, rezerve din reevaluarea mijloacelor fixe, inclusiv a terenurilor, care au fost deduse la calculul profitului impozabil și nu au fost impozitate în perioada în care microîntreprinderile au fost și plătitoare de impozit pe profit, indiferent dacă reducerea sau anularea este datorată modificării destinației rezervei, distribuirii acesteia către participanți sub orice formă, lichidării, divizării, fuziunii contribuabilului sau oricărui altui motiv;
- d) rezervele reprezentând facilități fiscale, constituite în perioada în care microîntreprinderile au fost și plătitoare de impozit pe profit, care sunt utilizate pentru majorarea capitalului social, pentru distribuire către participanți sub orice formă, pentru acoperirea pierderilor sau pentru oricare alt motiv. În situația în care rezervele fiscale sunt menținute până la lichidare, acestea nu sunt luate în calcul pentru determinarea bazei impozabile ca urmare a lichidării.

În cazul în care o microîntreprindere achiziționează case de marcat, valoarea de achiziție a acestora se deduce din baza impozabilă, în conformitate cu documentul justificativ, în trimestrul în care au fost puse în funcțiune.

Anul fiscal al unei microîntreprinderi este anul calendaristic. În cazul unei microîntreprinderi care se înființează sau își încetează existența, anul fiscal este perioada din anul calendaristic în care persoana juridică a existat.

2.3. Cotele de impozitare

Cotele de impozitare pe veniturile microîntreprinderilor sunt:

- a) 1% pentru microîntreprinderile care au peste doi salariați, inclusiv;
- b) 2% pentru microîntreprinderile care au un salariat;
- c) 3% pentru microîntreprinderile care nu au salariați.

Pentru persoanele juridice române nou-înființate, care au cel puțin un salariat și sunt constituite pe o durată mai mare de 48 de luni, iar acționarii/asociații lor nu au deținut titluri de participare la alte persoane juridice, cota de impozitare este 1% pentru primele 24 de luni de la data înregistrării persoanei juridice române. Cota de impozitare se aplică până la sfârșitul trimestrului în care se încheie perioada de 24 de luni. Acest regim se aplică dacă, în cadrul unei perioade de 48 de luni de la data înregistrării, microîntreprinderea nu se află în următoarele situații:

- lichidarea voluntară prin hotărârea adunării generale;
- dizolvarea fără lichidare;
- inactivitate temporară;
- declararea pe propria răspundere a nedesfășurării de activități la sediul social/sediile secundare;
- majorarea capitalului social prin aporturi efectuate de noi acționari/asociați;
- acționarii/asociații săi vând/cesionează/schimbă titlurile de participare deținute.

Condiția privitoare la salariat se consideră îndeplinită dacă angajarea se efectuează în termen de 60 de zile inclusiv de la data înregistrării persoanei juridice respective.

În cazul în care persoana juridică română nou-înființată nu mai are niciun salariat în primele 24 de luni, aceasta va plăti impozit de 3% începând cu trimestrul în care s-a efectuat modificarea. Pentru persoana juridică cu un singur salariat, al cărui raport de muncă încetează, condițiile pentru aplicarea cotei de 1% se consideră a fi îndeplinită dacă în cursul trimestrului respectiv este angajat un nou salariat⁴⁶.

Se consideră îndeplinită condiția privind existența salariatului și în cazul microîntreprinderilor care:

- a) au persoane angajate cu contract individual de muncă cu timp parțial dacă fracțiunile de normă prevăzute în acestea, însumate, reprezintă echivalentul unei norme întregi;
- b) au încheiate contracte de administrare sau mandat, în cazul în care remunerația acestora este cel puțin la nivelul salariului de bază minim brut pe țară garantat în plată.

În cazul în care, în cursul anului fiscal, numărul de salariați se modifică, cotele de impozitare se aplică în mod corespunzător, începând cu trimestrul în care s-a efectuat modificarea. Pentru microîntreprinderile care au un salariat, respectiv doi salariați și care aplică cotele de impozitare de 2% respectiv 1%, al căror raport de muncă încetează, condiția referitoare la numărul de salariați se consideră îndeplinită dacă în cursul aceluiași trimestru sunt angajați noi salariați.

Pentru microîntreprinderile care nu au niciun salariat sau au unul sau doi salariați, în situația în care numărul acestora se modifică, în scopul menținerii/modificării cotelor de impozitare, noii salariați trebuie angajați cu contract individual de muncă pe durată nedeterminată sau pe durată determinată pe o perioadă de cel puțin 12 luni.

Dacă în cursul unui an fiscal o microîntreprindere realizează venituri mai mari de 100.000 euro sau ponderea veniturilor realizate din consultanță și management în veniturile totale este de peste 20% inclusiv, aceasta datorează impozit pe profit, începând cu trimestrul în care s-a depășit oricare dintre aceste limite. Limitele fiscale se verifică pe baza veniturilor înregistrate cumulativ de la începutul anului fiscal. Cursul de schimb pentru determinarea echivalentului în euro este cel valabil la închiderea exercițiului financiar precedent.

De asemenea microîntreprinderile care în cursul unui trimestru încep să desfășoare activități în domeniul bancar, asigurare-reasigurare, piața de capital (cu excepția activităților de intermediere în aceste domenii), jocuri de noroc, explorare, dezvoltare, exploatare a zăcămintelor petroliere și gazelor naturale datorează impozit pe profit începând cu trimestrul respectiv.

⁴⁶Prin salariat se înțelege persoana angajată cu contract individual de muncă cu normă întreagă, potrivit Legii nr. 53/2003 - Codul muncii, republicată, cu modificările și completările ulterioare



Pentru calculul și plata impozitului pe profit de către microîntreprinderile care se încadrează în în categoriile de mai sus se ia considerare veniturile și cheltuielile realizate începând cu trimestrul respectiv.

Persoanele juridice care se înființează în cursul unui an fiscal, precum și microîntreprinderile care nu mai îndeplinesc condițiile aplicării regimului juridic al impozitului pe venitul microîntreprinderilor comunică organelor fiscale competente aplicarea respectiv ieșirea din sistemul de impunere pe veniturile microîntreprinderilor conform Codului de procedură fiscală⁴⁷.

Persoanele juridice române plătitoare de impozit pe profit comunică organelor fiscale competente aplicarea sistemului de impunere pe veniturile microîntreprinderilor, până la data de 31 martie inclusiv a anului pentru care se plătește impozitul pe veniturile microîntreprinderilor.

2.4. Plata impozitului și depunerea declarațiilor fiscale

Calculul și plata impozitului pe veniturile microîntreprinderilor se efectuează trimestrial, până la data de 25 inclusiv a lunii următoare trimestrului pentru care se calculează impozitul. Microîntreprinderile au obligația de a depune, până la termenul de plată a impozitului, declarația de impozit pe veniturile microîntreprinderilor. Persoanele juridice care se dizolvă cu lichidare, potrivit legii, în cursul aceluiași an în care a început lichidarea au obligația să depună declarația de impozit pe veniturile microîntreprinderilor și să plătească impozitul aferent până la data depunerii situațiilor financiare la organul fiscal competent.

Persoanele juridice care, în cursul anului fiscal, se dizolvă fără lichidare au obligația să depună declarația de impozit pe veniturile microîntreprinderilor și să plătească impozitul până la închiderea perioadei impozabile.

Trebuie să mai subliniem faptul că microîntreprinderile sunt obligate să țină evidența amortizării fiscale iar pentru declararea, reținerea și plata impozitului pe dividendele plătite către o persoană juridică română, microîntreprinderile sunt obligate să aplice prevederile codului fiscal⁴⁸ în acest sens.

Bibliografie

1. Mircea Ștefan Minea, Cosmin Flavius Costăș, *Dreptul finanțelor publice, vol. II Drept fiscal*, Editura Universul Juridic, București, 2013;
2. Dan Drosu Șaguna, Dan Șova, *Drept fiscal*, curs universitar, Editura C.H. Beck, București, 2011;
3. Legea nr. 500/2002 privind finanțele publice publicată în Monitorul Oficial al României nr. 597 din 13 august 2002 cu modificările și completările ulterioare;
4. Legea nr. 227/2015 privind noul Cod fiscal. publicată în Monitorul Oficial al României, nr. 688 din 10 septembrie 2015

⁴⁷ Legea nr. 207/2015 privind Codul de procedură fiscală, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 547 din 23 iulie 2015

⁴⁸ Legea nr. 227/2015 privind noul Cod fiscal, art. 43



4.3. AFACEREA: CONCEPT, STRATEGIE, FINALITATE

Prof. Amariei Monica
Prof. Ichim Nadia Aglaia
Colegiul Economic "Dimitrie Cantemir"
Suceava, România

Abstract

A business represents a gathering of operations, that are initiated, organized, and led by one or more entrepreneurs, whose sole purpose is the production and selling of goods or services; for the fulfillment of their clients and most importantly for making a profit. Any business is characterized by a series of features.

One of the main focus in setting up a business is developing an appropriate business strategy. Creating the strategy depends on setting up clear objectives that the firm wants to achieve. Usually, these objectives target specific areas such as: productivity, profit, marketing, the quality of the products/services, human resources, organization, decision, innovation, social responsibility, etc. After this first stage is over, for each objective, there are set up timelines, which are influenced by the stage in which the strategy for the business is being applied to. These facts can present themselves as quantitative indicators, or qualitative indicators. Such strategies can be of marketing, integration, or defense.

On the course of its development, any business goes through a series of stages, which can be structured as follows: business prospecting, the study stage, the negotiation stage, the stage of enacting the contract provisions, and the final phase of completing the business. For each of one of these steps, there are particular actions that need to be taken.

A very important part of the entrepreneur is to put the business into a very determined placement. This decision is the key to the business. The criteria that must be met, so that the decision is one with a favorable outcome are: the potential for raw materials and materials that are useful for the business, the quality of the means of communication in that area and in relation with other regions; but for businesses that are based on import, it is also important the gateway in and out of the territory, the cost of the location, of the redevelopment for rented spaces, the human potential in that area, the number of inhabitants, demographic tendencies, the socio-professional structure.

The assessment of the business through its objectives and its capability to make a profit is based on certain indicators such as: fiscal value, profit, the dimension of export, the quantity of investors, and the loan size, and so on.

Any business man has professional and moral fulfillment that enriches his existence and his spiritual experiences. This occurs when he has the certainty that, apart from the profit that he has made or his general economical prosperity towards which he leads the business, he has achieved another goal. That is, the goal of solving the needs of the society and the human community itself is in constant progress.

Afacerea reprezintă un ansamblu de operațiuni inițiate, organizate și conduse de unul sau mai mulți întreprinzători, care vizează producerea și vânzarea de bunuri și/sau servicii pentru satisfacerea nevoilor clienților și obținerea de profit.

Noțiunea de afacere se caracterizează printr-o serie de trăsături, dintre care pot fi menționate următoarele: reprezintă un tip de activități economice proprii sistemului de piață; constă în încheierea de tranzacții cu scopul obținerii, de către participanții la acestea, a anumitor avantaje; concepția



generală și componentele afacerii sunt adoptate în virtutea autonomiei manageriale și a raporturilor tranzacționale, concurențiale sau de cooperare stabilite.

De asemeni, orice afacere are o serie de caracteristici cum ar fi: este, de cele mai multe ori, un produs nou care, neexistând în momentul contractării și al cumpărării sale de către consumator, presupune o serie de riscuri pentru ambele părți implicate (vânzător și client); se derulează, în majoritatea cazurilor, pe termen mediu și lung, fiind expusă factorilor de mediu perturbatori; implică asumarea anumitor riscuri de către toți cei antrenați în desfășurarea sa. O altă caracteristică se referă la faptul că afacerea are ca punct de plecare și se bazează pe nevoile și solicitările clientului și se raportează la necesitățile specifice exprimate de acesta, ceea ce o face foarte greu reproductibilă antrenează în actul decizional mai mulți participanți, cu responsabilități și obligații specifice, iar întreprinzătorii își exercită interesele și funcțiile ce le revin în sistemul economic, cu luarea în considerare a raporturilor contractuale, concurențiale, de colaborare și de încredere stabilite cu partenerii.

Strategia în afaceri

Strategia descrie modul în care un operator economic urmărește să-și atingă scopurile, ținând seama de factorii mediului și de resursele de care dispune. Elaborarea unei strategii presupune definirea clară a obiectivelor pe care entitatea economică își propune să le realizeze, plecând de la poziția ei strategică într-un mediu economic dat.

Obiectivele privesc: productivitatea, profitul, marketingul, calitatea produselor/serviciilor, resursele umane, organizarea, decizia, inovația, responsabilitatea socială s.a. Se stabilesc pentru diverse orizonturi de timp, în funcție de etapele de aplicare a strategiei și se exprimă fie în termenii unor indicatori cantitativi, fie prin formularea unor cerințe calitative.

În acest sens, entitățile economice își pot propune ca obiective: majorarea cifrei de afaceri, majorarea profitului, pătrunderea pe anumite piețe, diversificarea activității, stimularea inovației tehnologice, formarea și specializarea resurselor umane etc. Obiectivele reprezintă fundamentul performanțelor viitoare. În același timp, ele se constituie în repere (criterii) din perspectiva cărora este evaluată eficiența demersului strategic.

A defini poziția strategică a unei entități economice într-un context economic determinat înseamnă a evalua situația ei la un moment dat, cu ajutorul unei metode complexe, multicriteriale..

În orice afacere sunt utilizate diferite categorii și tipuri de strategii utile dintre care amintim:

Strategii de marketing: pătrunderea pe o piață; exportu de produse existente; ocuparea unei piețe; produse noi pe piețe noi; produse noi pe piețe existente.

Strategii logistice: extinderea capacităților; raționalizarea piețelor; raționalizarea produselor; raționalizarea liniilor de fabricație; raționalizarea desfacerii.

Strategii de integrare: integrare în “amonte”; integrare în “aval”.

Strategii de eficiență: reducerea costurilor; creșterea vânzărilor; maximizarea profitului.

Strategii defensive: desființarea entității economice; menținerea (supraviețuirea entității economice); temporizarea.

Unele strategii iau naștere în perimetrul afacerilor și poartă amprenta acestui domeniu de activitate. Altele sunt preluate din alte zone ale experienței umane și adaptate specificului afacerilor.

Pentru orice afacere se elaborează o strategie generală în funcție de domeniul, dimensiunile și finalitățile ei, precum și strategii diferențiate, adecvate fiecărei etape.

Etapele unei afaceri

Etapele pe care le parcurge afacerea și responsabilitățile ce revin managerului pot fi structurate astfel: etapa prospectării afacerii, etapa de studiu, etapa negocierii, etapa de realizare a prevederilor contractului, etapa finalizării afacerii, fiecarei etape fiindu-i caracteristice o serie de acțiuni.

Astfel, etapa prospectării afacerii, prin care se urmărește identificarea clientului și precizarea nevoilor acestuia, implică următoarele acțiuni: analiza rezultatelor precedente; identificarea concurenței, obținerea referințelor și analiza avantajelor de care aceasta dispune; detectarea unor noi



oportunități de afaceri; stabilirea contactelor cu potențialii parteneri de afaceri; definirea obiectivelor și elaborarea planurilor de acțiune solicitate de noua afacere;

În etapa de studiu, care are în vedere pregătirea și redactarea ofertei, solicită următoarele acțiuni: consultarea clientului, identificarea nevoilor și solicitărilor acestuia; consultarea echipei și a furnizorilor; redactarea ofertei, astfel încât aceasta să fie cât mai adaptată nevoilor reale ale clientului; elaborarea planului de afaceri; etapizarea activităților pe care le implică obiectul afacerii (producție/servicii); atragerea, dacă este cazul, a unor noi parteneri de afaceri, în funcție de specificul activității acestora;

Etapa negocierii, care are drept scop realizarea înțelegerii între parteneri și stabilirea acordului privind interesele ambelor părți, se concentrează asupra următoarelor aspecte: colaborarea permanentă cu clientul, pe baza unei înțelegeri și a parteneriatului; punerea de acord în legătură cu eventualele reduceri de preț sau tarife și discutarea implicațiilor pe care aceste reduceri le-ar putea avea asupra ambelor părți (în acest punct lucrurile trebuie expuse foarte deschis și documentat, pentru ca fiecare parte să știe ce ar implica o asemenea acțiune pentru ea și pentru partener); informarea operativă a clientului în legătură cu toate propunerile de modificare a înțelegerilor contractuale.

Etapa de realizare a prevederilor contractului, ca urmare a comenzii ferme venite din partea clientului, are în vedere o serie de operațiuni, printre care: analizarea și negocierea eventualelor solicitări de modificare a clauzelor din contract și discutarea implicațiilor acestor modificări asupra derulării afacerii; obținerea acordului definitiv al clientului pentru intrarea comenzii în execuție; analiza și controlul costurilor pe care le implică realizarea comenzii; verificarea stadiului de execuție a contractului; coordonarea eficientă a propriei echipe; urmărirea calității procesului de execuție și finalizarea comenzii la termenul prevăzut în contract; respectarea tuturor obligațiilor contractuale.

Etapa finalizării afacerii, cu momentele ei principale, recepția și soluționarea eventualelor deficiențe, implică următoarele responsabilități: analiza modului în care s-a derulat afacerea în toate etapele sale, cu specificarea aspectelor favorabile și a celor mai puțin favorabile și închiderea dosarului afacerii; menținerea bunelor relații partenariale și cultivarea acestora și după finalizarea afacerii exploatarea tuturor informațiilor existente în legătură cu posibilitatea lansării unei noi afaceri; pregătirea pentru deschiderea unui nou dosar de afaceri și inițierea contractelor viitoare.

Deosebit de important în reușita afacerilor este planificarea lor.

Planificarea afacerilor implică agregarea unor factori într-un mod de acțiune viitoare prin care se stabilesc misiunea firmei, obiectivele și strategiile care conduc la atingerea acestora. În esență, planificarea afacerilor trebuie să conțină: un rezumat al tuturor factorilor externi importanți, care au afectat activitatea firmei într-o perioadă anterioară, însoțit de o analiză a atuurilor și deficiențelor firmei față de concurență; analiza motivelor principale ale succeselor și eșecurilor în activitatea firmei; obiectivele și strategiile generale ale afacerii; programele conținând detalii de sincronizare, responsabilitate și costuri, cu prognoze pe vânzări și bugete.

Etapele parcurse în procesul de planificare pot fi structurate astfel: identificarea misiunii afacerii; evidențierea punctelor slabe și a punctelor tari ale firmei în urma analizei diagnostic; analiza amănunțită a segmentului de piață pe care îl vizează afacerea: formularea opțiunilor strategice și selectarea strategiilor adecvate; implementarea planului de afaceri; controlul rezultatelor prin consultarea sistemului de evidență cu privire la vânzări, producție, contabilitate, stocuri etc.

Procesul de planificare a afacerilor cuprinde mai multe etape, iar în întregul său, depinde de gradul de complexitate a activității firmei și de mărimea acesteia, de complexitatea pieței pe care acționează și de nivelul de turbulență a mediului.

Amplasarea afacerii

Un demers important al omului de afaceri, privește amplasarea afacerii într-un spațiu determinat. Este o decizie cheie pentru succesul afacerii. Această decizie pune în valoare cunostințele, inteligența, ingeniozitatea și capacitatea de previziune a întreprinzătorului. Amplasarea trebuie gândită din cel puțin două perspective:

a) de a dispune de cele mai bune condiții de producere/comercializare;



b) de a soluționa nevoi economice și spirituale ale populației existente în zonă. Imaginea unei afaceri în societate depinde și de nivelul de satisfacție al populației. Clientela va veni și va rămâne lângă întreprinzător, atunci când acțiunile acestuia îi vor identifica și îndeplini așteptările.

Criteriile care orientează decizia de amplasare, sunt de regulă, următoarele: potențialul de materii prime și materiale necesare afacerii; calitatea căilor de comunicație, la nivelul zonei respective și în relație cu alte regiuni, iar pentru afacerile care presupun importuri, cu porțile de intrare și ieșire din teritoriu; costul amplasării: amenajări, reamenajări de spații, chirii; potențialul uman din zonă, respectiv număr de locuitori, tendințe demografice, structură socio-profesională.

Indiferent de numărul și pregătirea resurselor umane cu care demarează afacerea, întreprinzătorul trebuie să țină seama, în perspectiva extinderii, de condițiile pe care le oferă zona pentru formarea, specializarea, reciclarea și ocuparea forței de muncă.

Populația existentă în zonă reprezintă și principalul beneficiar al afacerii, de aceea este bine să se cunoască nivelul veniturilor, al puterii de cumpărare a diverselor categorii de locuitori. În aceeași măsură trebuie studiate obiceiurile de consum ale populației, tradițiile în privința consumului etc. Cele mai multe informații relative la potențialul uman se află înmagazinate în statistici și instrumente elaborate de instituții specializate..

Unele date utile afacerii impun investigații exprese, anchete realizate de specialiști, la comanda întreprinzătorului. Întreprinzătorul mai trebuie să țină seama, la amplasarea afacerii într-o localitate urbană și de alți factori cum sunt: distanța față de zonele mai populate, fluenta populației pe ore, zile și sezon, nevoile generale și aspirațiile specifice de cumpărare. Indiferent de dimensiunile localității în care este amplasată afacerea, întreprinzătorul trebuie să știe să valorifice cu ingeniozitate întregul ei potențial. Anterior, în perioada de tranziție, atunci când sau inițiat afaceri mai mari sau mai mici, întreprinzătorii au avut tendința să se amplaseze în centre urbane dezvoltate, unde condițiile economice și sociale sunt mai favorabile. În prezent, dacă întreprinzătorul are o concepție de date bine structurată, afacerea poate reuși și în localități mici.

Evaluarea unei afaceri

Afacerile pot fi evaluate din mai multe perspective și anume: a obiectivelor propuse; a profitabilității exprimate în indicatori; a gradului de satisfacere a clienței.

În proiectarea și realizarea produselor/serviciilor, oamenii de afaceri țin seama și de solicitările și așteptările beneficiarilor reali și potențiali. Acuratețea acestui demers depinde de modul în care sunt valorificate toate informațiile privind mentalitățile, conduitele și nevoile clienței. Nu este suficient să existe toate aceste informații, realizarea produselor/serviciilor ține de competența întreprinzătorilor și a partenerilor lor.

Evaluarea afacerii din perspectiva obiectivelor și a profitabilității ei, etapă finală în derularea unei afaceri se realizează în baza unor indicatori de referință care vizează: cifra de afaceri; mărimea profitului; dimensiunea exportului; volumul investițiilor; mărimea creditelor etc. În funcție de acești parametri se procedează la realizarea diferitelor clasamente ale entităților economice.

Pentru a obține o imagine reală a unei afaceri, în funcție de complexitatea finalităților ei, în procesul de evaluare ar trebui luate în considerare și alte dimensiuni cum ar fi: investițiile în activități sociale și spirituale; sponsorizarea unor manifestări culturale și științifice; valorificarea tradițiilor istorice și de creație populară; promovarea creativității naționale; educarea tinerilor; asistarea categoriilor sociale defavorizate. Numai într-o asemenea perspectivă, finalitatea unei afaceri poate fi evaluată în complexitatea semnificațiilor ei reale.

Orice om de afaceri are satisfacții profesionale și morale care îi îmbogățesc existența și trăirile spirituale atunci când are certitudinea că, pe lângă profitul obținut și, în general, prosperitatea economică la care conduce afacerea, s-a reușit și soluționarea unor nevoi ale membrilor societății, când însăși comunitatea umană din care face parte progresa.



4.4. MANAGEMENTUL PRIN OBIECTIVE (MBO) – O TENTANTĂ PROVOCARE

Prof. ec. Maria Bursuc
Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir”
Suceava - România

Abstract

Motto: "No subject is more important than the one through which, an efficient way of economic rise is held constant in a country"

In 1954 Peter Drucker introduces the term of management through objectives, named afterwards the management of purposes or the management based on results. He defines MBO as being: "an ideal way of getting out from the manager's routine, of reconnecting to specific activities and efficient ones of the company's functioning which he manages"

In essence, management through objectives represents one of the most used systems of planning and control.

As any planning system, the management through objectives is based on a series of well defined stages: settling the objectives (including their definition), the planning is necessary for achieving them, using the self-control system and periodical revision, as the evaluation of performances. But any manager has to focus his attention and time to the analysis before making a strategic decision because any type of management he will use in his business, has pluses and minuses that need to be weighed.

Therefore, an analysis of the report between costs and efforts implied and the potential benefits is necessary before applying the wanted managerial system. Of course, after all these have been achieved, the attention of the manager can be focused on searching and using the external influences which will support the implementation process.

Special importance for the MBO system is the self-control process and reinvention. So that, all people that are taking part, because of the permanent supervision, can control their performances in report with the settled objectives. In the situations in which between the two there is a difference, the needed reaction can be applied. Self-control is not the only ideal promoted by the MBO programmes, but also, the periodic refreshment of results.

MBO is based on the hypothesis as to which the personal objectives and the organisation's can be understood clearly by all the company's members, from the heading department to the last employee. So that, every individual, member of the organisation, has the conscience of his role and his responsibilities in achieving the settled objectives. For this to happen, the objectives need to be clear and precise, and in the evaluation (intermediate and final) of the performances, clear, measureable, important objectives should be used.

In conclusion, Management through objectives is nothing other than a tempting challenge for managers that determines them to "refind" their main function that of creators and implementators of strategies. MBO is the way through which the modern manager can build a foundation truly powerful and performance oriented organisations, with solid possibilities of development.

Motto:

„Nici un subiect nu este mai important decât acela prin abordarea căruia, se menține în mod eficient creșterea economică dintr-o țară.”



Ce reprezintă managementul prin obiective (MBO)?

În 1954 Peter Drucker introduce termenul de management prin obiective, denumit mai apoi managementul scopurilor sau management pe bază de rezultate. El definește MBO ca fiind "o modalitate ideală de ieșire din rutină a managerilor, de reconectare a lor la activitățile specifice și eficiente ale funcționării companiilor pe care aceștia le manageriază". În esență, managementul prin obiective reprezintă unul dintre cele

mai utilizate sisteme de planificare și control.

Ca orice sistem de planificare, managementul prin obiective se bazează pe derularea unei serii de etape bine delimitate: stabilirea obiectivelor (inclusiv definirea lor), planificarea necesară atingerii acestora, utilizarea sistemului de autocontrol și revizuire periodică, precum și evaluarea performanțelor. Însă orice manager trebuie să acorde atenție și timp de analiză înainte de a lua o decizie strategică și aceasta pentru că, oricare dintre tipurile de management pe care le va utiliza în business-ul său, are plusuri și minusuri care trebuie bine cântarite. Din acest motiv, o analiză a raportului dintre costurile și eforturile implicate și beneficiile potențiale este necesară înainte de a se aplica sistemul managerial dorit. Desigur, după ce toate acestea au fost realizate, atenția managerului se poate îndrepta către căutarea și utilizarea consultanților externi care vor susține procesul de implementare.

Succint, caracteristicile formulate de Drucker sunt următoarele:

- ✓ MBO înlocuiește controlul din afară cu un control „din interior”, în sensul că se sprijină larg pe autocontrol;
- ✓ Dacă sistemul MBO este aplicat corect, atunci binele comun devine țelul tuturor managerilor aceștia acționând pentru a atinge aceleași scopuri (aceasta ca urmare a armonizării obiectivelor individuale cu cele comune);
- ✓ Motivarea managerilor și a altor salariați este generată „din interior”, în sensul că o dată ce au fost negociate și acceptate obiectivele acestea capătă un caracter intrinsec motivator;
- ✓ MBO este un concept ce se sprijină pe acțiunea umană, comportamentul uman și motivarea umană, respectiv poate deveni un cadru integrator al celor trei componente;
- ✓ Antrenează „libertatea sub lege” pentru orice salariat din organizație.

Scop, succes și eficiența

Bazat pe implicarea activă a angajaților în stabilirea obiectivelor, susținută și de existența unui feedback, managementul prin obiective vizează îmbunătățirea performanțelor. Din acest motiv, scopul principal al MBO este acela de a implica angajații în structura acestui management. Astfel, salariații au posibilitatea de a-și exprima părerea cu privire la fezabilitatea obiectivelor. În plus, prin comunicarea și solicitarea acestora, angajații primesc din partea conducerii o imagine clară a ceea ce au de făcut într-o perioadă bine determinată de timp.

Tocmai gradul ridicat de implicare (atât al conducerii cât și al subordonaților) reprezintă "cheia succesului" acestui tip de management. Eficiența procesului MBO este dată de obiectivele indentificate pe trei nivele organizaționale: la nivel înalt, la nivel operațional și nivel individual. Această ultimă etapă reprezintă esența programelor MBO și constă în stabilirea obiectivelor pe baza colaborării dintre departamente.

Ce presupune managementul prin obiective?

O organizație este un sistem care se comportă ca atare, fiind influențat de-a lungul timpului de schimbările determinate de mediul economic, politic, tehnologic și competițional din jurul său. Dacă o organizație nu ia măsurile necesare (nu deține planuri) se va afla în situația în care va fi nevoită să facă față tuturor evenimentelor care apar de-a lungul timpului. Existența unor planuri bine puse la punct le oferă managerilor posibilitatea de a se concentra mai mult asupra obiectivelor și acțiunilor care ar trebui întreprinse pentru îndeplinirea acestora. Planificarea, care este o activitate orientată spre viitor, reprezintă principalul instrument pe care managerii îl pot folosi pentru a face față schimbărilor dese cu care organizația pe care o conduc se confruntă. Aceștia planifică în mod eficient și anticipează schimbarea, dar mai ales decid ce trebuie făcut, când trebuie făcut, cum trebuie făcut și cine trebuie să o facă.

O importanță deosebită pentru sistemul MBO o are procesul de autocontrol și revizuire. Astfel, toți cei implicați, datorită monitorizărilor permanente, își pot controla performanțele în raport cu obiectivele stabilite. În situațiile în care între cele două există o discrepanță, se pot lua măsurile de ajustare necesare. Nu numai autocontrolul este promovat de programele MBO, ci și revizuirea periodică a performanțelor.

MBO se bazează pe ipoteza conform căreia obiectivele proprii dar și cele ale organizației pot fi înțelese clar de toți membrii companiei, de la cei din departamentul de conducere și până la ultimul salariat. Astfel, fiecare individ, membru al organizației, are conștiința propriului rol și a propriilor responsabilități în atingerea obiectivelor fixate. Pentru aceasta, obiectivele trebuie să fie clare și precise, iar în evaluarea (intermediară sau cea finală) a performanțelor să se folosească obiective realiste, măsurabile, dar mai ales importante.

Puncte slabe

Cu toate ca MBO este susținut de mulți cercetători, această tehnică managerială prezintă o serie de dezavantaje de care orice manager trebuie să ia cunoștință:

1. implementarea, dar mai ales atingerea obiectivelor necesită o perioadă de timp considerabilă, experții prognozând un interval de minim cinci ani;
2. presupune un sistem birocratic care implică numeroase operațiuni: completare de formulare, scheme, tabele (toate acestea necesitând notări și revizii permanente);
3. MBO este un sistem care se bazează pe interrelaționări pe orice nivel organizațional. Din păcate, în acele companii care sunt puternic ierarhizate, astfel de relații (între șefi și subalterni) pot fi imposibile sau forțate;
4. dacă evaluarea performanțelor nu este corect făcută ea poate duce la conflicte între manageri și subalterni;
5. în situația în care managerul stabilește pedepse pentru cei care nu își pot atinge obiectivele (care nu sunt corect stabilite) în organizație se va instala un climat negativ care va afecta starea generală a angajaților dar mai ales performanțele acestora.

Ce rămâne de făcut?

Pentru a evita pe cât posibil instalarea unor momente de cumpănă de-a lungul desfășurării MBO, un manager eficient poate lua o serie de măsuri, printre care:

1. clarifică la nivel de top management (și apoi în jos, până la ultimul angajat) viziunea companiei;
2. obiectivele fixate trebuie să fie SMART (specifice, măsurabile, accesibile, relevante și temporalizate);
3. managerii trebuie să învețe cum să conducă discuțiile de stabilirea a obiectivelor și de evaluare (necesare feedback-ului);
4. obiectivele SMART trebuie să fie definite corect pentru fiecare nivel al organizației;
5. perceperea managementului prin obiective ca fiind un proces necesar practicii manageriale și nu o etapă birocratică, greoaie și care consumă mult timp și energie.

Puncte forte

Celebritatea MBO este dată în special de avantajele pe care le presupune, dar mai ales de succesul scontat. Printre cele mai importante puncte forte sunt:

1. datorită implicării active a tuturor angajaților, crește gradul de motivare a acestora, implicit productivitatea;
2. este îmbunătățită comunicarea între salariați;
3. se identifică mult mai ușor problemele;
4. managerii sunt încurajați să stabilească planuri de acțiune și să fixeze date țintă de rezolvare a problemelor;
5. MBO oferă criterii de evaluare obiective și asigură echitatea procesului de evaluare prin folosirea unui set de indicatori de performanță specifici fiecărei poziții;
6. se maximizează rezultatele care pot fi obținute în situația respectivă;
7. recompensarea angajaților se face prin mijloace financiare și non-financiare solide și transparente;
8. datorită faptului că indivizii își înțeleg și își asumă obiectivele, lupta pentru realizarea lor, se asigură în acest fel dezvoltarea personalului prin raportarea rezultatelor obținute la cele așteptate.

Toate aceste avantaje pe care le implică MBO îi pot determina pe manageri să opteze pentru acest stil managerial. Acesta nu reprezintă altceva decât o alternativă viabilă la supra aglomerarea managerilor moderni care sunt copleșiți de activități de control și de motivare a subordonaților.

Cui i se potrivește MBO?

Nu toate tipurile de organizații se pot plia sau adapta unui astfel de stil managerial. Ca atare, în urma cercetărilor, dar mai ales a practicii, s-a constatat faptul că anumite organizații pot fi avantajate adoptând MBO. Aici este vorba în special de acele organizații care au personal (într-un procent foarte mare) înalt calificat, cum ar fi de exemplu domeniul asistenței medicale sau IT. Alte tipuri de organizații sunt cele descentralizate care sunt de cele mai multe ori reprezentate de sucursale ale firmelor multinaționale, societăți de asigurare etc. Și acele organizații care au ca unitate de măsură valorificarea informației (presa, domenii de cercetare, consultanță etc) pot fi avantajate de MBO.

În concluzie, Managementul prin obiective nu este altceva decât o tentantă provocare adresată managerilor care determină să își "regăsească" funcția lor principală: cea de creatori și implementatori de strategii. MBO este calea prin care managerul modern poate pune pe picioare organizații cu adevărat puternice și performante, cu solide posibilități de dezvoltare.

Bibliografie:

MBO & Ciclul afacerilor, Editura Economică București,
Prof. Doctor Aurel Burciu



ii

4.5. CONDUCEREA BAZATĂ PE PRINCIPII

prof. Cujbă Cristina Mihaela
Colegiul Tehnic „Petru Mușat”
Suceava, România

”Conectează-te cu oamenii din jurul tău la un nivel profund, ca să pui în valoare cât mai bine abordarea impecabilă care îți definește leadershipul.”
Neculai Fântânanaru

Abstract

An essential premise for a successful business is how we plan it correctly. The way in which the manager approaches the business and how he understands the leading steps, the principles and the values to be chosen are also very important in leadership and these are inevitably applied in practice.

A short-term approach of a business is not the best solution. Experience shows that this approach is a misleading option, in the most cases the immediate success can mislead and we are tempted to believe that the maximum benefits can be won in a very short time.

The business management consists in stages: diagnosis, prognosis, decision, method, motivation and checking/supervising.

Efficiency represents the balance between efficiency and costs.

Principle-based leadership is a form of management which gives solutions to a part of the questions or issues that managers face in the nowadays complex society.

A successful manager has to avoid the wrong skills and to adopt modern leading principles. It is to be mentioned that the responsibilities as a manager comes unexpectedly, so that those people are not well-prepared to assume. Thus, management represents a structure which takes time and requires skills and abilities.

To avoid the seven skills and abilities of inefficient people can be a start:

- *Be reactive, doubt yourself and blame the others;*
- *Work without establishing a clear purpose from the very beginning;*
- *Do the most urgent tasks first;*
- *Be guided by the principles profit and loss;*
- *Make yourself understood;*
- *If you cannot win, make compromises;*

Be afraid of changes and postpone improvements.

Societatea contemporană, în ansamblul său, cunoaște o dezvoltare puternică, punând activitatea economică pe noi baze și impunându-i noi forme, caracteristice unei economii de piață, sporind astfel considerabil complexitatea problemelor referitoare la conducere – macro și microeconomică – și cerând continuu noi căi de perfecționare a managementului promovat în diversele sale domenii.

O premisă esențială pentru succesul unei afaceri este proiectarea corectă a acesteia. Deosebit de important este modul în care managerul abordează afacerea, felul în care acesta înțelege să o conducă, principiile și valorile pe care le alege și care, inevitabil, se reflectă în practică.

O viziune pe termen scurt a unei afaceri nu este indicată. Experiența arată că viziunea pe termen scurt este o opțiune înșelătoare: de multe ori succesul imediat poate înșela, poate exista tentația de a obține beneficiu maxim în cel mai scurt timp posibil. O astfel de afacere nu are însă șanse de succes pe termen lung.

Conducerea unei afaceri se realizează pas cu pas, etapă cu etapă. Conform specialiștilor, etapele pe care trebuie să le urmeze conducerea unei afaceri deja constituite sunt următoarele:

- ✓ cunoașterea domeniului condus, a problemelor cu care se confruntă organizația, prin diagnoză;

- ✓ construirea unui proiect de evoluție a organizației pentru rezolvarea problemelor cu care se confruntă, prin prognoză;

- ✓ un moment esențial este cel al formulării și adoptării deciziei referitoare la soluționarea unei probleme sau la viața întregii organizații;

- ✓ organizarea activităților, pentru punerea în practică a deciziei;

- ✓ motivarea angajaților pentru a se obține acțiunea eficientă a acestora;

- ✓ controlul, prin care rezultatele sunt măsurate, sunt comparate cu costurile și se stabilesc măsurile de corectare corespunzătoare pentru noul ciclu de activitate.

În funcție de luarea deciziilor, conducerea în ansamblu poate fi ordonată în trei faze:

- *Faza pre - decizională* constă în formularea problemei și prognozarea evoluțiilor posibile, dar și a unor soluții alternative;

- *Faza decizională* presupune analiza, evaluarea soluțiilor alternative și ierarhizarea lor, precum și adoptarea uneia dintre soluțiile alternative, a soluției considerată optimă (decizia propriu-zisă);

- *Faza post – decizională* constă în aplicarea deciziei (din punct de vedere tehnic și uman), dar și evaluarea soluției prin prisma rezultatelor obținute (controlul).

Ideea centrală a *managementului afacerilor* constă în realizarea eficientă a activităților.

Eficacitatea reprezintă măsura în care o activitate satisface o necesitate, realizează un obiectiv, îndeplinește o funcție. Ea este o caracteristică a funcțiilor organizației (și, în particular, a funcțiilor conducerii), indicând gradul de realizare, măsurat prin efecte, a acestora.

Spre exemplu, eficacitatea unei școli este dată de gradul în care profesorii reușesc să transmită cunoștințele necesare elevilor.

Eficacitatea unei activități poate fi pozitivă (activitatea avută în vedere e realizată într-o oarecare măsură), nulă (o activitate de propagandă nu convinge pe nimeni, de exemplu) sau negativă (prin activitatea respectivă se obțin efecte contrare celor urmărite).

Eficiența semnifică măsura rezultatelor unei activități prin raportare la eforturile făcute în timpul desfășurării activității respective. În sens general, a fi eficient înseamnă a face un lucru cât mai bine cu costuri cât mai mici.

Sunt foarte cunoscute sensurile eficienței în fizică și în economie:

- ✓ în *fizică*, eficiența reprezintă randamentul utilizării energiei (randamentul fiind cu atât mai mare cu cât energia pierdută între intrare și ieșire este mai mică);

- ✓ în *economie*, eficiența este raportul dintre câștigul economic și cheltuieli (eficiența fiind ridicată atunci când câștigurile sunt mai mari cu cheltuieli cât mai mici);

În societate, în sociologie, în teoria organizațiilor și în *management*, analiza eficienței este mai dificilă decât în fizică și în economie, în primul rând datorită dificultăților de a compara intrările (resursele de orice fel) și ieșirile (produsele de orice fel), acestea având unități de măsură diferite.

Drept urmare, eficiența înseamnă maximizarea rezultatelor și diminuarea costurilor. Altfel spus, eficiența este raportul dintre *eficacitate* (gradul de realizare a obiectivului stabilit) și *costuri* (cheltuielile de resurse și efectele negative ale activității).

Conducerea bazată pe principii este un model de management care oferă soluții la unele din întrebările sau problemele cu care se confruntă managerii într-o societate complexă precum cea contemporană:

- Cum se poate păstra echilibrul între muncă și familie, ambiții profesionale și personale?



- Cum se poate păstra „direcția” în lumea de azi, în care schimbările apar pe neașteptate și au cele mai variate efecte?

- Cum se poate crea o echipă de lucru ai cărei membri se completează unul pe altul și care se bazează pe respect reciproc?

- Cum se poate încuraja dorința de schimbare și de modernizare fără a aduce mai multe pagube decât avantaje?

Având la bază întrebările de mai sus, conducerea bazată pe principii se practică pe patru niveluri:

✓ *nivelul personal* – relația managerului cu el însuși;

✓ *nivelul interpersonal* – relația managerului cu ceilalți;

✓ *nivelul managerial* – răspunderea de a duce un lucru la îndeplinire împreună cu ceilalți angajați;

✓ *nivelul organizațional* – organizarea angajaților, construirea echipelor, rezolvarea problemelor.

Pentru primele două niveluri, principiul de bază este încrederea, pe care se clădește succesul în relațiile între oameni. Pentru nivelul managerial, principiul de bază este delegarea autorității, iar pentru nivelul organizațional, principiul cheie este alinierea. Acest ultim principiu înseamnă că ceea ce este important pentru un manager este să păstreze o busolă morală și să le ofere angajaților săi toate condițiile pentru autocontrol și aplicarea deciziilor la nivelul lor. În felul acesta, managerul va avea timp pentru a se ocupa de strategia generală (proiectarea, dezvoltarea afacerii pe termen lung).

Din această perspectivă, **managerii de succes** sunt cei care:

✓ urmează mereu școala experienței lor – deci sunt persoane receptive, care învață mereu și, mai ales, învață din propriile greșeli;

✓ consideră că viața este o misiune de îndeplinit, nu o carieră;

✓ au o atitudine optimistă, pozitivă, văd în permanență partea bună a lucrurilor și sunt conștienți de propria valoare;

✓ nu reacționează exagerat în fața criticilor, slăbiciunilor omenești, comportamentelor negative;

✓ duc o viață echilibrată și se feresc de păreri extreme, nu împart totul în bine și rău, nu vor mereu totul sau nimic;

✓ consideră că viața le aduce mereu ceva nou;

✓ îmbunătățesc toate situațiile în care intră printr-o atitudine lipsită de preconcepții, sunt productivi într-un mod creator;

✓ exersează permanent în vederea înnoirii de sine (își antrenează mintea prin citit).

După un cunoscut autor american, cele „7 deprinderi” pe care un manager modern trebuie să și le formeze sunt:

1. Atitudinea proactivă este atitudinea inversă atitudinii reactive pe care o au majoritatea oamenilor. Altfel spus, mulți oameni caută să-și transfere responsabilitățile dând vina pe alții, pe întâmplări sau pe mediul înconjurător. La un manager, o asemenea atitudine e dăunătoare pentru că înseamnă timp pierdut și scăderea eficienței. A fi proactiv înseamnă a căuta, în primul rând, o soluție, o rezolvare a problemelor; mai mult, un manager trebuie să preîntâmpine problemele, să aibă capacitatea de a vedea oarecum în avans crizele care se pot declanșa, ca să le poată soluționa în faza mai puțin gravă.

2. Existența scopului, încă de la începutul acțiunii. La baza managementului eficient stă conștiința activă atât a scopurilor cât și a capacităților de a le aduce la îndeplinire cu ajutorul imaginației.

3. Prioritatea priorităților. Aceasta înseamnă o viață disciplinată, o concentrare pe acele activități care sunt cele mai importante și nu neapărat cele mai urgente.

4. Gândirea câștig - câștig. Cel mai adesea, negocierile se bazează pe o mentalitate câștig - pierdere („adversarul” trebuie păcălit, trebuie să piardă) sau, și mai greșit, pe o mentalitate pierdere -



pierdere („să moară și capra vecinului”). Gândirea câștig - câștig presupune că fiecare parte care negociază trebuie să aibă un avantaj și să fie mulțumită în urma tranzacției.

5. A înțelege mai întâi și apoi a fi înțeles. Majoritatea interacțiunilor interpersonale nu înseamnă și o ascultare atentă a celuilalt. De obicei, interlocutorii au în minte niște idei sau atitudini pe care vor să le impună indiferent de părerea celuilalt, astfel că ascultă superficial sau selectiv argumentele care le sunt aduse.

6. A acționa creativ. Cele mai multe negocieri sunt târguieli fără părăsirea pozițiilor inițiale, ajungându-se cel mult la compromisuri. Printr-o comunicare creativă însă, se înțeleg nevoile și interesele fundamentale ale ambelor părți și se găsește o soluție mai bună chiar decât cele pe care le-ar fi găsit fiecare parte.

7. Continua înnoire de sine în vederea depășirii dezordinii este, de fapt, continua antrenare a managerului pe toate planurile.

Deprinderile se pot dobândi printr-o educare conștientă a unor trăsături de personalitate. Influența lor asupra eficienței nu se vede decât în timp. Avantajul este că managerul va obține rezultate nu pe o cale „tehnică” mai costisitoare, ci va obține rezultate printr-o schimbare de viziune, cu costuri aproape nule în plan financiar.

Bibliografie:

Emilian Radu, coord. – *Inițiere în managementul serviciilor*, Editura Expert, 2001

Patriche Iulian – *Managementul tranzacțiilor comerciale, negocierilor, contractărilor și achizițiilor publice*, Editura Universitară, 2008

<http://conspecte.com/Management/etape-si-principii-ale-managementului-afacerilor.html>

4.6. ANTREPRENORUL – VERIGA DE BAZĂ A ECONOMIEI

**Prof. Fetescu Iulia
Elev Burca Zinaida
Colegiul Financiar-Bancar
Chișinău, Republica Moldova**

Abstract

Today the market economy is based on entrepreneurship and free enterprise.

In a market economy, the entrepreneur is the central figure, the key personage and the motor of economic progress. He, by initiative, dynamism, competence and courageous action enhance the development of economic activity.

Although it seems to be something modern and current, entrepreneurship began to be recognized during the French monarch Louis XIV. Economical theories have contributed to the development and substantiation of entrepreneurship as a science. Among classical thinkers who have formulated theories about entrepreneurship, the most notable was the Frenchman J.B. Say. He was the first economist who saw the entrepreneur as a manager.

A successful entrepreneur needs a rare combination of qualities and experiences.

Another economist, J. Schumpeter, regarded the entrepreneur as a leader and innovator „the main engine of the economic system”. Schumpeter sees the entrepreneur as an innovator and a leader.

Today, developing entrepreneurial competence is considered the most important challenge for the current educational system in the vast majority of world states.



Because each economy needs entrepreneurs, boost, development and progress, this target is required to be achieved. In this context, an example of good practice is the training firm that gives for students the opportunity to acquire entrepreneurial skills through modern hours.

Although entrepreneurs are considered the force that makes the world to move, for most times, in many countries, not just in the business environment in Moldova or Romania, instead of being supported, they face a multitude of obstacles when they start business.

Taking up the idea that does not exist the ideal model of entrepreneur, the literature, and the behavior of entrepreneurs have identified characteristics like: ability to learn continuously, abilities making of decisions, determination and perseverance, orientation opportunities, organizational skills and capacity of planning.

As we mentioned, the entrepreneur is the main actor in any market economy, training and entrepreneurship is an educational objective pursued with perseverance and great interest in all countries and developed nations, and in recent decades and countries with transition to an economy functioning market. We still find ourselves in transition from socialism to capitalism.

Vision and perseverance, two qualities more and more common in young people today. Increasingly more young people choose to become entrepreneurs facing corruption, bureaucracy and law ambiguous and always changing.

To be an entrepreneur there are many advantages, but at the same time many disadvantages.

The market economy can not work without entrepreneurs, people who have new ideas and the courage to follow it. They tear down the barriers imposed by mentality and those imposed by bureaucracy. This process means the development, innovation and progress. And the innovation, development and progress are the pillars of success of each market economy.

Economia de piață astăzi este rezultatul unui proces evolutiv și firesc al necesităților actorilor economici de a avea posibilitatea de a decide pe cont propriu ce și cum vor să facă, iar un rol semnificativ în acest proces îi revine antreprenoriatului. Astăzi economia de piață este una capitalistă, bazată pe antreprenoriat și liberă inițiativă.

În economia de piață antreprenorul este figura centrală, personajul cheie, motorul progresului economic. El, prin inițiativă, dinamism, competență și acțiune curajoasă, potențează și dezvoltă activitatea economică.

Termenii de antreprenoriat și antreprenor au devenit din ce în ce mai uzuali în întreaga lume, deoarece antreprenoriatul tinde să fie asociat cu dezvoltarea economică și bunăstarea unei națiuni. Activitatea antreprenorilor are un puternic impact asupra tuturor, pentru că ei sunt cei care fac ca lucrurile să se miște și lumea să progreseze, sunt promotorii noilor produse, noilor tehnologii, mobilizează capitalul și stimulează descoperirea de noi resurse. În plus, tot ei sunt cei care asigură un loc de muncă pentru cea mai mare parte a populației globului.

Deși pare a fi ceva modern și actual, antreprenoriatul a început să fie recunoscut în timpul monarhului francez Ludovic al XIV-lea care obișnuia să afirme că „burghezii și meșteșugarii vor deveni artizanii bogăției”. Cu timpul, termenul de antreprenoriat a căpătat mai multe sensuri. Teorii antreprenoriale există de foarte mulți ani. Acestea au contribuit la dezvoltarea și fundamentarea antreprenoriatului ca știință. Dintre gânditorii clasici, care au formulat teoriile despre antreprenoriat, cel mai de seamă a fost francezul J. B. Say. El considera că antreprenorul deține un rol central atât în producere, cât și în distribuirea bunurilor și serviciilor produse și consumate de societate în ansamblu. El este primul economist care a văzut antreprenorul ca și un manager. În viziunea lui Say, întreprinzătorii își dedică timpul, talentul și resursele în direcția producerii și consumului de bunuri și servicii. Ei coordonează atât piețele, cât și firmele. Antreprenorul de succes are nevoie de o combinație rară de calități și experiențe.

Un alt economist, J. Schumpeter a considerat antreprenorul ca leader și inovator sau „motorul principal al sistemului economic”. În viziunea sa, sarcina antreprenorului este de a hotărî care obiectiv



trebuie urmărit și nu de a decide cum anume trebuie să se facă aceasta. Antreprenorul nu își asumă riscul și nici nu furnizează capitalul, acestea fiind lăsate pe seama investitorului.

Schumpeter vede antreprenorul ca pe un inovator și un leader, dar nu ca pe un purtător de risc, nici ca pe un capitalist sau un manager. Inovatorul jucând rolul de motor al creșterii economice, conducând astfel spre o economie antreprenorială.

Economia antreprenorială a demonstrat că este importantă, pentru că prin ea s-au putut lansa noi produse și tehnologii care să satisfacă potențialii consumatori. Într-o astfel de economie, ideile și cunoștințele sunt indispensabile pentru inovare și creștere economică, iar investiția în resursele umane este un factor important al menținerii competitivității economice.

Dezvoltarea competenței antreprenoriale fiind în acest context considerată cea mai importantă provocare pentru actualul sistem educațional în marea majoritatea a statelor lumii. Constituirea unei solide capacități umane atât de necesare economiei antreprenoriale nu este posibilă fără susținerea financiară adecvată a învățământului. Pentru că orice economie are nevoie de antreprenori, de impulsione, de dezvoltare și de progres, acest obiectiv este necesar de a fi atins. În acest context, un exemplu de bune practici este firma de exercițiu, care le oferă elevilor oportunitatea să dobândească competențe antreprenoriale în cadrul unor ore moderne, le permite să-și înființeze și să gestioneze propriile afaceri, să le conducă, să-și asume riscuri, dar și să se bucure de succese și realizări.

Educarea viitorilor antreprenori este cu atât mai dificilă, cu cât comportamentul antreprenorial nu este definitivat pe parcursul studiilor, ori acesta se formează pe parcursul întregii vieți, întrucât nimeni nu se naște antreprenor, dar oricine își dorește cu adevărat, poate deveni. De asemenea este foarte important ca și profesorul care educă viitorii întreprinzători să posede cunoștințe profunde ca să-l poată orienta corect pe elevul de astăzi - antreprenorul de mâine.

Există persoane care au abilitățile antreprenoriale înnăscute, dar dacă aceste nu sunt valorificate, cultivate și dezvoltate, ele practic nu servesc la nimic. Dar în același timp există persoane care sunt perseverente, insistente și își doresc să miște lucrurile din loc, lor nu le lipsește anume ceea ce ar trebui să posede un antreprenor - spiritul de inițiativă.

Deși antreprenorii sunt considerați a fi forța care pune lumea în mișcare, de cele mai multe ori, în foarte multe țări, nu doar în mediul de afaceri din Republica Moldova sau România, în loc să fie sprijiniți, ei întâmpină o multitudine de obstacole la inițierea afacerii. În special când sunt la început de drum aceștia au parte de provocări deosebite, cu care alte categorii de oameni nu se confruntă, ba chiar nu-și imaginează că ar putea exista așa ceva. Tocmai de aceea, o unitate de curs precum este firma de exercițiu le dezvoltă elevilor acele abilități și comportamente necesare pentru a putea evalua ei înșiși dacă vor fi capabili să facă față unor astfel de provocări.

Profilul sau portretul unui antreprenor ideal nu credem că există undeva configurat, dar cine poate fi considerat un antreprenor, aceasta este întrebarea care îi preocupă pe majoritatea elevilor, ei se gândesc încă de la primele ore de economie dacă ar putea deveni un antreprenor de succes sau nu. Așa cum nu există un astfel de profil, fiecare are propriul model de comportament, mod de a acționa, de a concepe și dezvolta afaceri. A copia comportamentul antreprenorial, cu siguranță nu va genera rezultatele scontate. Totuși cine este sau ce este un antreprenor? De fapt ce este un antreprenor, J.B. Say a spus, dar nu a indicat și cine este el.

Pentru că asistăm la o proliferare a termenilor asociați celor de antreprenor și antreprenoriat, este necesar de a explica cine este acesta. Așadar, dicționarul explicativ al limbii române definește noțiunea de antreprenor astfel: *persoană care decide să demareze o activitate economică, care adoptă comportament activ și novator, care acceptă riscuri financiare pentru a dezvolta proiecte noi*. Totuși, în cadrul teoriei economice clasice antreprenorul este de fapt fondatorul unei întreprinderi de afaceri al cărui rol esențial este acela de a decide ce cantități trebuie produse și la ce prețuri, în scopul obținerii de profit, așa cum profitul este remunerarea pentru antreprenoriat.

Reluând ideea că nu există un model ideal de antreprenor, din literatura de specialitate, dar și din comportamentele întreprinzătorilor s-au desprins următoarele caracteristici necesare pe care ar trebui să le posede acesta:

- capacitatea de a analiza riscul;
- capacitatea de a învăța continuu;
- capacitatea de asumare a riscurilor, însă a celor calculate;
- capacitatea de luare a deciziilor;
- creativitate și spirit de inovație;
- determinare și perseverență;
- dorința de a câștiga și de a fi independent;
- încredere în forțele proprii.
- lucru în echipă;
- orientare spre oportunități;
- putere de muncă;
- spirit de inițiativă;
- spirit organizatoric și capacitatea de planificare;
- toleranță pentru eșec;

Anume aceste particularități ale unui viitor antreprenor pot fi simulate, probate și învățate în cadrul firmei de exercițiu. Cu siguranță lista poate fi completată, pentru că a deveni un antreprenor de succes implică și alte atribute, aptitudini și abilități absolut indispensabile.

Așa cum am mai menționat, antreprenorul este actorul principal din orice economie de piață, formarea și dezvoltarea spiritului antreprenorial este un obiectiv educațional urmărit cu perseverență și maxim interes în toate țările și națiunile dezvoltate, iar în ultimele decenii și în țările cu tranziție spre o economie de piață funcțională. Țara noastră a avut ghinionul de a se integra în circuitul economic mondial mult mai târziu, iar din acest considerent nu putem avea astăzi aspirația de a fi absorbit și însușit ceea ce au reușit alții să construiască și să dezvolte în decenii. Încă suntem într-un stadiu embrionar, încă învățăm și împrumutăm experiențe, tehnologii, know-how, dar e admirabil că există dorință, spirit de inițiativă, perseverență și cel mai important speranță. E și firesc că trecerea de la socialism la capitalism nu poate fi făcută peste noapte. Noi încă ne aflăm în tranziție de la socialism la capitalism.

Așa cum activitatea antreprenorială reprezintă motorul sistemului capitalist, prin aceasta se crează acea multitudine de firme și organizații care generează cele mai multe locuri de muncă la nivel mondial și din rândul cărora se dezvoltă viitoarele corporații multinaționale. Toate corporațiile multinaționale au pornit de la idei de afaceri ale unor antreprenori care prin muncă, perseverență, relații sau noroc au reușit să supraviețuiască și să dezvolte în mod spectaculos.

Orice companie de azi indiferent de mărimea ei a început cândva cu o idee și inițiativa unui antreprenor, exceptând companiile de stat. Compania Apple a început la inițiativa unor tineri: Steve Jobs, Steve Wozniak și Ronald Wayne, într-un garaj în ianuarie 1977 iar acum are o valoare de piață de 600 miliarde de dolari. Bill Gates, cel mai bogat om din lume, celebrul fondator Microsoft, care a început în anii tinereții o mică afacere în garajul părinților, riscând totul pentru aceasta. Singurul lucru ce l-a ajutat să ajungă unde este astăzi este acel simplu lucru ce deosebește succesul de eșec, câștigătorul de perdant, și anume perseverența.

Viziunea și perseverența, două calități tot mai des întâlnite la tinerii de azi. Din ce în ce mai mulți tineri aleg să devină antreprenori înfruntând corupția, birocrăția și legislația ambiguă și mereu în schimbare. Sunt mulți acei care consideră că a fi antreprenor înseamnă să faci mulți bani, să nu mai fii sclavul nimănui, să ai mai mult timp liber și să fii propriul tău șef. Însă, realitatea contrazice crud aceste păreri generale. Antreprenorii, în majoritatea lor, nu au mulți bani, cel puțin nu la început și nu au parte de mai mult timp liber neavând un program fix de 8 ore, ajungând să lucreze chiar și câte 10-12 ore pe zi, șapte zile din șapte.

A fi antreprenor are multe avantaje, iar cele pe care le-am identificat, au fost următoarele: libertate totală asupra fiecărui aspect determinant al afacerii, capacitatea decizională privind programul, strategia, partenerii, orice, etc.

În același timp, există și dezavantaje, printre care: responsabilitatea decizională, antreprenorii muncesc mult mai mult decât cei cu job normal, cel puțin la începutul afacerii, riscul de a pierde toți banii investiți în afacere este imens.

Având ocazia să simuleze și să experimenteze provocările cu care se confruntă un antreprenor, în cadrul unității de curs firma de exercițiu, în cea mai mare parte, elevii au realizat că de fapt și-ar dori să fie proprii lor șefi și și-ar dori să-și asume riscurile propriei afaceri. În același timp ei au conștientizat că în fața demarării unei afaceri există o multitudine de bariere, generate în principal de sistemul birocratic și nivelul înalt al corupției, lucruri bineștiute și recunoscute și de autorități. Iar nesoluționarea acestor probleme conduce la lipsa dorinței din partea tinerilor de a iniția faceri, de a mișca economia din loc, ori antreprenorul e sau nu e veriga de bază a unei economii?!

Rolul antreprenorului este acela de a lua inițiativa producției și de a antrena resursele materiale și umane spre acele ramuri ale economiei, care asigură, la un moment dat, cea mai bună remunerare a factorilor de producție, cât și de a asigura pe parcursul execuției cea mai bună combinație a resurselor astfel încât să se obțină un profit maxim posibil.

Economia de piață nu poate funcționa fără antreprenori, acei oameni care ies din tiparele mulțimii, care au idei noi și curajul să le urmeze. Aceștia dăruie barierele impuse de mentalitatea de masă precum și cele impuse de birocratie. Tot acest proces înseamnă dezvoltare, inovație și progres. Iar inovația, dezvoltarea și progresul sunt pilonii de succes a oricărei economii.

Bibliografie

1. Arcan, Petru, ș.a., Firma de Exercițiu-start sigur în carieră, editura Garomont-Studio, Chișinău, 2012.
2. Drucker, Peter, Inovația și sistemul antreprenorial, editura Enciclopedică, București, 1993;
3. Moldovanu, Dumitru, Doctrine și Economisți celebri, editura ARC, Chișinău, 2011;
4. Nicolescu, Ovidiu, Întreprinzătorul este cea mai mare avuție a națiunilor, Revista Economistul, nr. 211-212/2015;
5. Schumpeter, Joseph, Capitalism, socialism and democracy, London, Routledge, 1996;

4.7. MANAGEMENT vs. LEADERSHIP

Dir. prof. Rodica MUNTEANU
Prof. Alina-Maria IACOBOAIA
Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir”
Suceava, România

Abstract

Leadership is a topic often discussed and is met at the company level and beyond that. This term has many approaches and many possibilities of interpretation that could change its meaning. Intuitively everyone understands that leadership means leading people and influence them to do something or persuade others to follow you. The success of an company can be influenced by the type of organizational culture, especially the type of leadership.

Some experts consider that the manager and leader are synonymous, but the leadership and management are different versions of leading a company. Leadership is the ability to make people to act in a group. The manager is the man who achieves the business company through planning, organization, coordination and control. A manager may have the ability of a leader and in the last decade more attention is given to this orientation.



Leadership in Yukl Gary's conception, is a process that influences others to understand and accept what has to be and do, facilitating the process individually and / or collectively to achieve common goals.

Leadership is made of the ability to create vision, motivation and momentum in a group.

LEADERSHIP = MOTIVATION × VISION × MOMENTUM

The most dramatic differences between leaders and managers are extreme: the leaders are deficient despots, while managers are deficient bureaucrats, in the worst sense of the word. While management is a human process and resource allocation, both have their place and leaders must take account of these issues.

Manager and leader skills are most often understood as being the same for any type of organization.

While the manager's and leader's characteristics seem similar, they differ in the following sense: not all managers are leaders, but all leaders are managers. Although the manager's and leader's characteristics seem similar, they differ in the following sense: not all managers are leaders, but all leaders are managers. These qualities between manager and leader are totally reallocated because the manager plans, organizes and coordinates, while the leader serves as inspiration and motivation.

The difference between managers and leaders is that "managers are people who do things right, while leaders do the right things". This statement makes the difference in orientation and purpose. Management means to direct, to meet, to take responsibility and be based on the four functions: planning, organization, coordination and control.

Leadership means inspiring, influencing and motivation. Performing leaders inspire others to achieve their goals, by developing and pass formal confines of the station by generating creative ideas. Leadership is not only found in the structure of the company. The difference between managers and leaders is somehow overstated because the performers are leaders and managers performing management need to be leaders

The leader must perform a managerial communication to be rational on the one hand and on the other hand empathetic. If a clear mind, an analytical mind and belief in the ideas are the ingredients that make up the profile of a guide, the emotional involvement of its passion and dedication make him into a leader genuine, because "no living creature can fly with only one wing. A talented leader is that kind of leader where the head and soul are going very well together. These are the two wings which enable a leader to take flight.

Leadership-ul se pare că este un subiect din ce în ce mai abordat și se manifestă în activitățile organizaționale dar nu numai. Deși există o mulțime de abordări ale acestui termen sunt tot atâtea interpretări ce ar putea denature sensul de bază al acestuia. Intuitiv toată lumea înțelege că leadership-ul înseamnă a conduce oamenii și a influența ceea ce fac aceștia sau a-i determina pe alții să te urmeze.

Eficiența și succesul unei întreprinderi poate fi influențat de tipul culturii organizaționale, dar mai ales de tipul de conducere, fie el managerial sau de tip leadership.

Sunt specialiști care apreciază că manager și lider sunt termeni sinonimi, însă leadership-ul și managementul sunt dimensiuni distincte ale activităților persoanelor din conducere⁴⁹. Leadership-ul este capacitatea de a determina oamenii să acționeze în cadrul unui grup. Managerul este individul care atinge obiectivele entității prin planificare, organizare, coordonare și control. Un manager poate avea capacitatea unui lider, iar în ultimul deceniu se acordă tot mai multă atenție acestei orientări.

⁴⁹ Leader vs. Manager, <http://psihiconsultanta.wordpress.com/leadership/>, accesat la 25 martie 2016

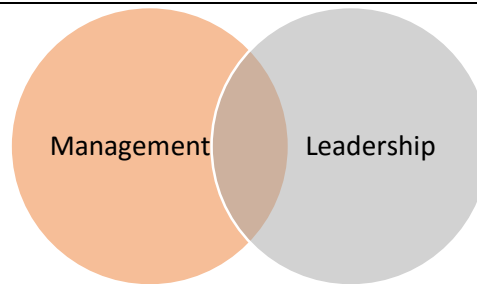


Figura 4 Leadership vs. Management,
Sursa autorilor

Leadership-ul în concepția lui Gary Yukl, este un proces ce îi influențează pe cei din jur pentru a înțelege și a accepta ceea ce trebuie să fie și să facă, facilitând procesul individual și/sau colectiv pentru atingerea scopurilor comune⁵⁰.

Din cauza globalizării tot mai pronunțate a domeniului business, nu se mai poate ignora puternica latură culturală a leadershipului, existând astfel diferențe între stilurile de conducere considerate acceptate într-o cultură națională sau alta⁵¹.

Leadership-ul în esență este constituit de capacitatea de a crea viziunea, motivația și elanul într-un grup⁵².

LEADERSHIP = VIZIUNE × MOTIVAȚIE × ELAN

Liderul pare a fi îndrumătorul unui grup care exercită cea mai mare influență în stabilirea și realizarea scopurilor acestuia. Liderul alege modelul acțional care să corespundă grupului pentru a atinge țelul organizației. Liderul trebuie să aibă anumite calități, printre care: talent oratoric și capacitate de a convinge, de a persuadea, simțul/instinctul puterii, temperament de luptător, încredere în sine, bun-simț, hotărâre, imaginație, consecvență și constanță în acțiuni, intuiție cu privire la așteptările celor pe care îi reprezintă.⁵³

Managerii sunt oameni care fac lucrurile cum trebuie, iar liderii sunt oameni care fac ceea ce trebuie. Diferența poate fi rezumată ca activități de viziune și de judecată. Figura 1 de mai jos prezintă cuvintele cheie ce fac diferența prin funcțiile managerului și a liderului⁵⁴:

MANAGERUL	LIDERUL
<ul style="list-style-type: none"> • gestionează; • este o copie; • susține; • acceptă realitatea; • se concentrează pe structură și sisteme; • se bazează pe control; • întreabă "cum" și "când"; • face lucrurile bine. 	<ul style="list-style-type: none"> • inovează; • este un original; • dezvoltă; • investighează; • se concentrează asupra oamenilor; • inspiră încredere; • întreabă "ce" și "de ce"; • face ceea ce trebuie.

Figura 1 Diferența dintre manager și lider în privința viziunii și a judecării
Sursa, adaptat după http://www.futurevisions.org/ldr_mgr.htm

Diferențele cele mai dramatice dintre lideri și manageri sunt la extreme: liderii deficitari sunt despoți, în timp ce managerii deficitari sunt birocrați, în cel mai rău sens al cuvântului. În timp ce

⁵⁰ Rowe W. G., Guerrero L., Cases in leadership, A Sage Publications Series, p.1

⁵¹ Kets de Vries M. F. R. , Leadership, arta și măiestria de a conduce, Editura Codecs, 2007, București, p. 191

⁵² Landsberg M., Leadership, viziune, motivație, elan, Editura Curtea Veche, 2008, București, pp. 8-18

⁵³ Istoricul leadership-ului, <http://dailyhelp.weebly.com/istorie.html> , accesat la 25 martie 2016

⁵⁴ Leader vs. Manager, http://www.futurevisions.org/ldr_mgr.htm, accesat la 25 martie 2016

managementul este un proces uman și de alocare a resurselor, ambele au locul lor și liderii trebuie să țină seama de aceste aspecte⁵⁵.

Aptitudinile managerului și ale liderului sunt percepute cel mai adesea ca fiind aceleași pentru orice tip de organizație. În timp ce caracteristicile managerului și ale liderului par a fi asemănătoare, acestea diferă prin următoarea accepțiune⁵⁶: nu toți managerii sunt lideri, dar toți liderii sunt manageri. Aceste calități inexorabile, legate între manager și lider, sunt imposibil de realocat, deoarece managerul planifică, organizează și coordonează, în timp ce liderul servește drept inspirație și motivează.

Diferența dintre manageri și lideri este aceea că „managerii sunt oamenii care fac lucrurile cum trebuie, iar liderii fac lucrurile care trebuie”.⁵⁷ Această afirmație face diferența în orientare și scop. Managementul înseamnă a direcționa, a îndeplini, a asuma responsabilități și se bazează pe cele patru funcții: planificare, organizare, coordonare și control.

Leadership-ul înseamnă a inspira, a influența și a motiva. Liderii performanți îi inspiră pe alții să obțină excelența, să se dezvolte și să treacă de limitele formale ale postului prin generarea de idei creative. Leadership-ul nu se manifestă obligatoriu în cadrul unei structuri ierarhice a organizației. Diferența dintre manageri și lideri este oarecum exagerată deoarece liderii performanți fac management iar managerii performanți au nevoie să fie și lideri.

Tabel 1 Diferențe fundamentale dintre manageri și lideri⁵⁸

Dimensiunea	Manager	Lider
Atitudine față de obiective	Impersonal și pasiv	Personal și activ
Stil de muncă	Combină oameni, idei și lucruri	Creează entuziasm și caută soluții care să atragă oamenii
Relații cu alți oameni	Mențin un nivel scăzut de implicare emoțională	Sunt empatici, încurajează apropierea
Percepția de sine	Se văd ca fiind mai degrabă conservatori și moderatori ai ordinii cu care se identifică	Caută sensul vieții, identitatea lor nu este legată de un cadru organizațional, caută oportunități de schimbare
Puncte de reper (după Watson)	Strategie, structură și sistem	Stil, oameni (Staff), abilități (Skills), obiective comune (Shared goals)
Cele 6 diferențe fundamentale după Hollingsworth	<ol style="list-style-type: none"> 1. Administrează 2. Menține 3. Concentrat pe sistem și structură 4. Control 5. Orientat spre aspecte operaționale 6. Face lucrurile cum trebuie 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inovează 2. Dezvoltă 3. Concentrat pe oameni 4. Încredere 5. Orientat spre viziune 6. Face lucrurile care trebuie

Sursa : <http://managementconsultingcourses.com/Lesson22Leadership&ApproachesToLeadership.pdf>

Dacă preocuparea principală a managerului este ca sarcinile să fie îndeplinite, liderul își centralizează atenția asupra oamenilor care îndeplinesc aceste sarcini. Pentru a avea succes în afaceri, managerii trebuie să-și distribuie în mod rațional atenția atât asupra proceselor din cadrul organizației, cât și asupra oamenilor cu care se vor desfășura aceste procese.

Deși leadership-ul este similar managementului există o serie de deosebiri care trebuie luate în seamă. Acestea sunt prezentate astfel:

⁵⁵ Mielu Z., Leadership și management, Editura Polirom, 2004, Iași, p. 169

⁵⁶ Sun L., Management vs. Leadership, <http://www.businessdictionary.com/article/705/management-vs-leadership/>, accesat la 25 martie 2016

⁵⁷ Warren B., Nanus B., Leaders: The Strategies for Taking Charge, 2003, EBSCOhost database, p.65

⁵⁸ Management Consulting Courses, <http://managementconsultingcourses.com/Lesson22Leadership&ApproachesToLeadership.pdf>, accesat la 25 martie 2016

Tabel 2 Diferențe conceptuale între management și leadership⁵⁹

Management	Leadership
<ul style="list-style-type: none">• Planificare și bugetare• Stabilirea agendelor de lucru<ul style="list-style-type: none">• Stabilirea orarelor• Alocarea resurselor• Organizarea personalului• Furnizarea de structuri organizaționale<ul style="list-style-type: none">• Plasarea de locuri de muncă• Stabilirea normelor și procedurilor• Controlul și rezolvarea problemelor• Stimulente în curs de dezvoltare<ul style="list-style-type: none">• Generarea de soluții creative• Luarea de măsuri corective	<ul style="list-style-type: none">• Stabilirea direcției• Crearea unei viziuni• Clarificarea imaginii firmei• Stabilirea unor strategii<ul style="list-style-type: none">• Alinierea oamenilor• Comunicarea scopurilor<ul style="list-style-type: none">• Angajament• Echipe de construcții și coaliții<ul style="list-style-type: none">• Motivare și inspirație• Inspiră și energizează• Implicarea subordonaților• Satisfacerea nevoilor nesatisfăcute

Sursa: Ricketts K. G., *Leadership vs. Management, Agriculture and Natural Resources*, 2007, <http://www.ca.uky.edu/agc/pubs/elk1/elk1103/elk1103.pdf>

Se poate observa că managementul și leadership-ul sunt două activități distincte și complementare. Pe de o parte managementul caută să controleze complexitatea și să reducă incertitudinea, iar leadership-ul încearcă să aducă schimbări utile în organizație. A controla complexitatea înseamnă a crea ordine în organizație, a rezolva problemele și a asigura continuitatea.

Crearea schimbării include o recunoaștere a cerințelor unui mediu în schimbare, a oportunităților pentru creștere și a comunica viziunea pentru a-i inspira pe alții. Organizațiile performante au atât un management cât și un leadership performant.

Experiența simulării unui business

LEADERS School este prima școală de leadership din România, ce oferă tinerilor (18-25 ani) posibilitatea de a învăța direct de la practicieni teorii și exemple concrete în materie de leadership⁶⁰. LEADERS School vine în sprijinul tinerilor, oferindu-le partea educațională practică și își dorește să devină un reper pentru toate școlile de leadership și antreprenoriat din lume.

Activitatea programului se derulează pe parcursul a cinci zile (conform fotografiei 1), în care studenții pot aplica în cadrul atelierelor de leadership, iar în ultima zi pot avea șansa să ia parte la o simulare de business în care își va conduce echipa spre cel mai bun rezultat.

Această simulare de business este activitatea cheie la LEADERS School întrucât cursantul participant are probe practice, unice în România, prin care va pune în aplicare cunoștințele acumulate, în timpul acestor 5 zile. În plus, simulările de business sunt sprijinite de antreprenorii români de succes, precum Marius Ghenea sau de manageri de top din companii antreprenoriale ca Tiberiu Moise, IMM Banca Transilvania. Aceștia vor analiza evoluția tinerilor și îi vor sprijini, le vor da sfaturi pentru dezvoltarea propriului stil de leadership.

Simulările de business sunt un concept minunat pe care organizatorii de la Fundația LEADERS au reușit să o pună în practică. Pe seama acestei experiențe, toți participanții au șansa de a observa care este diferența dintre ceea ce planifici și ceea ce se întâmplă la fața locului.

Cu toate acestea indiferent de tema simulării de business participanții au atins targetul acesteia mai mult sau mai puțin.

⁵⁹ Kristina G. Ricketts, *Leadership vs. Management, Agriculture and Natural Resources*, 2007, <http://www.ca.uky.edu/agc/pubs/elk1/elk1103/elk1103.pdf>, accesat la 25 martie 2016

⁶⁰ <http://www.leaders.ro/programe/leaders-school/concept/>, accesat la 25 martie 2016

Interval orar	Ziua 0	Ziua 1 Leadership personal	Ziua 2 Comunicare în leadership	Ziua 3 Leadershipul echipei	Ziua 4 Povești de succes	Ziua 5 Simularea de business
9:00 – 11:30		Training	Training	Training	Atelier + debrief	
12:00 – 13:00	Check-in	Invitat permanent 1	Invitat permanent 1	Invitat permanent 1	Invitat nou 1	Simulare de business
14:30 – 17:00		Invitat permanent 2 Invitat nou	Invitat permanent 2 Invitat nou	Invitat permanent 2 Invitat nou		
17:00 – 19:00	Deschiderea și sesiunea de așteptări	Atelier + debrief și lecții personale	Atelier + debrief și lecții personale	Atelier + debrief și lecții personale	Invitat nou 2, 3, 4	Debrief + Concluzii finale
20:30 – 21:30	Provocarea	Activități de seară	Activități de seară	Activități de seară		

Figura 2 Program agendă

Pentru unii specialiști a fi leader este o calitate înnăscută, aproape imposibil de învățat. Pentru ceilalți, abilitățile de leader sunt greu de dobândit, dar nu imposibil.

Nici nu e greu să ne dăm seama de asta când vedem unele exemple din jurul nostru; pur și simplu, unii oameni dispun de o cantitate uriașă de energie, o inteligență pe măsură, sunt conștiincioși, au încredere în ei și par să se fi născut pentru a muta munții din loc.

Fostă elevă a Colegiului Economic „D. Cantemir”, Suceava, a avut parte de o experiență extraordinară la simularea de business.

Simularea de business LEADERS School 9 a dat startul simulărilor care presupun managementul unui start-up real. Așadar, în primăvara lui 2012 Băcănia La Draga a fost scena centrală a probei. Grupați de această dată într-o singură echipă au avut la dispoziție 20h în care să producă sortimente de cofetărie și patiserie, să vândă în băcănie, stradal și office-delivery și să organizeze un eveniment BTL (below the line) în incinta băcăniei. Participanții au fost împărțiți pe mai multe departamente, iar fiecare departament avea un lider ce se ocupa de îndrumarea și sprijinirea proceselor de producție și vânzare.



Fotografia 1 LEADERS School 9,
Sursa: www.leaders.ro/istoric

Experiența LEADERS School a avut un impact puternic asupra celor care au luat parte din acest program, iar tinerii au avut parte de următoarele:

- au realizat că și ei pot deveni lideri de succes, leadership-ul existând în fiecare dintre noi
- și-au descoperit noi abilități, au devenit mai încrezători în propriile forțe
- și-au creat noi idealuri iar reușita altora care au optat în cadrul acestui program i-a încurajat la un viitor mai sigur
- învățând care sunt abilitățile unui leader, le-au analizat și și-au dezvoltat și ei aceste abilități



- au primit lecții de leadership de la cei mai buni trainerii, oameni de succes, au interacționat cu lideri de top
- au luat parte la simulări de leadership unice care au fost sprijinite de antreprenori de succes din România
- fac parte dintr-un network de elită
- au șansa să lucreze în companii de succes sau să primească burse de studiu la universitățile de renume din străinătate

Cei care au avut șansa să participe au avut experiențe unice, iar cu ajutorul trainerilor specializații au devenit tineri lideri autentici, integri, vizionari, responsabili și entuziaști care nu se tem să preia conducerea și să îi convingă pe cei din jur să le urmeze viziunea.

Liderul trebuie să realizeze și o comunicare managerială care să fie pe de o parte rațională, iar pe de altă parte empatică. Dacă o minte limpede, un spirit analitic și convingerea în ideile promovate reprezintă ingredientele care alcătuiesc profilul unui îndrumător, implicarea emoțională a acestuia, pasiunea și devotamentul îl transformă într-un lider veritabil, căci „nicio creatură nu poate să zboare numai cu o aripă. Un lider talentat este acela la care capul și sufletul – ideile și sentimentele – merg mână în mână. Acestea sunt cele două aripi care îi permit unui lider să își ia zborul”.

Bibliografie:

1. Kets de Vries M. F. R. , Leadership, arta și măestria de a conduce, Editura Codecs, București, 2007;
2. Kristina G. Ricketts, Leadership vs. Management, Agriculture and Natural Resources, 2007;
3. Landsberg M., Leadership, viziune, motivație, elan, Editura Curtea Veche, București, 2008;
4. Mielu Z., Leadership și management, Editura Polirom, Iași, 2004;
5. Rowe W. G., Guerrero L., Cases in leadership, A Sage Publications Series ;
6. Warren B., Nanus B., Leaders: The Strategies for Taking Charge, 2003, EBSCOhost database;
7. www.businessdictionary.com;
8. www.ca.uky.edu;
9. www.dailyhelp.weebly.com;
10. www.futurevisions.org;
11. www.leaders.ro/;
12. www.managementconsultingcourses.com
13. www.psihoconsultanta.wordpress.com;

4.8. MATEMATICA ÎN AFACERI

Prof. Negrea Daniela
Colegiul Economic "Dimitrie Cantemir"
Suceava, România

Abstract

It is said that, Mathematics is the gymnastic for the clear minds and is instrumental in balance, otherwise we cannot maintain a balance in business without the help of Financial Mathematics.

We often hear about ways of expression such as these: 1) I own capital in a proportion of 70% and 30% for my associate, 2) The preferences of customers are 25% for milk products to be consumed on a diet, yoghurt 35%, cream 30%; 3) the chances of winning of the A team in the detriment of the B team are 30%, etc.



In all the sentences above appears the notion of percent($p\%$ -we read " p percent"). In all cases ,the measurements are compared to 100

In the circulation of the values regarding money it is common that for a sum of money borrowed or placed, to be paid at the respective moment a major sum as follower for the services brought by that sum

The S sum is called "initial capital" and it represents the sum placed or initially borrowed

The S_n sum, which is given back after a period of time- n , is called "final capital"

The difference between $S_n - S$ between the initial capital and the final capital is called INTEREST!

The interest depends on many factors such as:

- rising the used capital;*
- the period of time in which the capital is used;*
- the percentage of rise discussed at the start of the period;*
- other factors.*

If the offered interest is directly proportional with the initial sum, S and with the duration of the operation, then this interest is called "Simple Interest" and is written D_s

The tax of added value represents an income to the state's budget paid by the consumers of goods and services. It represents a tax that is applied over the buying-selling operations. It is applied only on the added value, a value added by every economic agent, it is applied over the differences between the selling price and the asking price, every time that happens.

These are some categories of operations that are subject to taxing over added value:

- 1) Deliveries of goods that are either mobile or imobile, electric energy ,gas ,freezing agent*
- 2) Providing services including leasing*
- 3) Selling goods with an installment plan*

The principle on which the added value tax bases itself is the fact that the goods and services from the country or those who are imported, destined to consumers in our country are under the added value tax, while the goods and services which are exported are not under it.

In these cases, we can distinguish two ways of taxing:

- a) The Normal Amount of 19%, for operations regarding deliveries of mobile goods and transfers of properties of imobile goods done in the country, providing services such as import of goods, with the exception of those under the "Zero Amount"*
- b) "The Nil Amount" for export of goods and services regarding the export of goods done by economic agents with their headquarters on our country, the transport of authorised agents, transport of goods and people in and out of airports in Romania with ships and airships belonging to Romanian companies commanded by the beneficiaries with their headquarter abroad, e.t.c.*

In order to calculate the offset of the added value tax, we have two kinds of Mathematical operations:

- 1) deductible V.A.T.-whilst buying goods and services, V.T.A.D.-written*
- 2) Collected V.A.T. while selling goods and services , V.T.A.C.-written*

If $V.T.A.D. > V.T.A.C.$, then we have a debt at the budget of state, the V.A.T. that is to be paid

Contrary, we say that, it is about getting back the money from the state budget. the V.A.T. that is to be taken back.

About this analysis we say that we have balanced the V.A.T. at the end of the period of analysis.

The examples can be kept going because Mathematics is the science of border with Economy and the two go hand in hand in order to ensure the success of a firm.

Întâlnim adesea în vorbirea curentă exprimări de felul : 1) deţin capital în proporţie de 70% iar (30%) asociatul meu; 2)preferintele consumatorilor sunt de 25%, pentru produse lactate dietice, iaurt 35%, smântână 30%, 3)sansele de câştig ale echipei A în detrimentul echipei B sunt de 30%; etc.



În toate enunțurile de mai sus apare noțiunea de procent ($p\%$ - citim “p la sută”). În toate cazurile mărimile se compară cu 100.

DEFINIȚII:

- Un raport de forma $p/100$, $p \geq 0$ se numește raport procentual;
- $p/100$ se notează $p\%$ și se citește “p la sută”;
- $1/100$ se numește procent, iar $p/100$ reprezintă p procente.

Valoarea la care se face raportarea procentuală se numește *valoare de bază*.

Valoarea care se compară cu valoarea de bază se numește *valoare procentuală*.

În general valoarea de bază (a) se asociază cu 100, iar valoarea procentuală (b) se asociază cu un număr “p”. Astfel avem următoarea așezare a datelor:

$$\begin{array}{l} a \dots\dots\dots 100 \\ b \dots\dots\dots p \end{array}$$

De unde rezultă că $b/a = p/100$.

PROBLEME:

- 1) Se consideră două vase de 5 l și 10 l. În primul vas se află 3 l de apă, iar în al doilea vas se află 4 l de apă. Să se exprime în procente cât este gradul de umplere al fiecărui vas.

Rezolvare: Pentru primul vas volumul său (5 l) reprezintă valoarea de bază, iar gradul de umplere (3 l) reprezintă valoarea procentuală. Atunci, pentru un vas de 100 l avem un grad de umplere egal cu p. Aplicând regula de trei simplă găsim:

$$\begin{array}{l} 5 \text{ l} \dots\dots\dots 3 \text{ l} \\ 100 \text{ l} \dots\dots\dots p \text{ l} \end{array}$$

$$P = 3 \times 100 / 5 = 60\%$$

Deci 60% este raportul procentual de umplere al primului vas, adică mai mult de jumătate din vas este cu apă.

Procedând analog pentru al doilea vas vom găsi $p = 4 \times 100 / 10 = 40\%$

- 2) Un televizor costă 160 \$. Cu ocazia sărbătorilor de Crăciun se acordă o reducere de 15%. Cât trebuie plătit pentru televizor?

Rezolvare: Cumpărătorul plătește cu $15/100 \times 160 = 24$ \$ mai puțin. Deci, pentru un televizor se plătește $160 - 24 = 136$ \$.

Aflarea a “p %” dintr-un număr

Problema:

Din salariul de 7 540 000 lei, un angajat contribuie la fondul de asigurări sociale și sănătate cu 7%. Cu ce sumă contribuie salariatul?

Rezolvare: Vom rezolva problema prin 2 procedee:

- a) se folosește regula de trei simplă:

$$\begin{array}{l} 7\,540\,000 \dots\dots\dots 100 \\ b \dots\dots\dots 7 \end{array}$$

Rezultă că $b = 7\,540\,000 \times 7/100 = 527\,800$ (lei)

- b) se determină cât la sută reprezintă 7% din 7 540 000 efectuând produsul $7/100 \times 7.540\,000 = 527\,800$ (lei)

□REȚINEM!

Pentru a determina p% dintr-un număr a se procedează astfel:

- se aplică regula de trei simplă;
- se înmulțește $p/100$ cu numărul și se obține $b = p/100 \times a$



Aflarea numărului când se cunoaște “p%” din el

Probleme:

- 2) După o reducere de 20% prețul unui tricou este de 360 000. Care a fost prețul înainte de reducere?

Rezolvare:

- a) Fie “a” prețul inițial al tricoului. Atunci noul preț reprezintă 80/100 din prețul inițial. Așadar,
 $360\ 000 = 80/100 \times a$. Rezultă că $a = 360\ 000 \times 80/100 = 450\ 000$
- b) Folosim regula de trei simplă :

$$\begin{array}{r} a \dots\dots\dots 100 \\ 360\ 000 \dots\dots\dots 80 \end{array}$$

$$a = 360\ 000 \times 100/80 = 450\ 000.$$

□RETINEM!

Pentru a afla numărul “a” când se cunoaște p% din el este “b” se procedează astfel:

- $p/100 \times a = b \Rightarrow a = b \times 100/p$;
- se aplica regula de trei simplă ;

Aflarea raportului procentual

□RETINEM!

Pentru a determina cât la sută din “a” reprezintă “b” se procedează prin una din modalitățile:

- se scrie $p/100 \times a = b$ și se calculează $p/100 = b/a$;
- se află din proporția $b/a = p/100$;
- se aplică regula de trei simplă.

În practică, în afara de procente se mai folosesc și alte rapoarte remarcabile cum ar fi rapoartele cu numitorul 1000. Un raport de forma $p/1000$ notat p‰ se numește promilă.

1.2 DOBÂNDA SIMPLA – DOBÂNDA COMPUSĂ

A. DOBÂNDA SIMPLĂ

În circulația valorilor bănești se obișnuiește ca pentru o sumă de bani depusă sau împrumutată, să se plătească la termenul scadent o sumă majorată ca urmare a serviciului adus de aceasta sumă.

Suma S se numește *capital inițial* și reprezintă suma depusă sau împrumutată inițial.

Suma S_n restituită după o perioadă de timp n, se numește *capital final*.

Diferența $S_n - S$ dintre capitalul final și cel inițial se numește DOBÂNDĂ!

Dobânda depinde de mai mulți factori cum ar fi :

- mărirea capitalului folosit;
- perioada de timp în care capitalul a fost folosit;
- procentul de majorare convenit la începutul perioadei;
- alți factori.

Dacă dobânda oferită este direct proporțională cu suma inițială S și cu durata operațiunii, atunci această dobândă se numește *dobânda simplă* și se notează D_s .

Să calculăm dobânda simplă generată de capitalul inițial S într-un an.

Pentru aceasta vom folosi regula de trei simplă pentru un enunț de forma: “dacă pentru 100 de unități monetare (u. m.) se acordă o majorare de r unități monetare pe an, câte unități monetare se acordă pentru o sumă S?”

$$\begin{array}{r} 100(\text{u.m.}) \dots\dots\dots r(\text{u.m.}) \\ S (\text{u.m.}) \dots\dots\dots D_s? \end{array}$$

$$\square D_s = s \times r/100 \quad (1)$$

Cu ajutorul formulei (1) se deduce modul de calcul al dobânzii simple generate de capitalul S pe o perioadă de n ani cu rata dobânzii r%.

$$D_s = S \times r/100 \times n \quad (2)$$

Dacă S este capitalul inițial, D_s este dobânda simplă generată de acest capital pe durata a n ani cu rată dobânzii $r\%$, atunci capitalul final S_n va fi :

$$S_n = S + D_s = S(1 + r/100 \times n) \quad (3)$$

Dacă anul este împărțit în k părți egale și t_k este un număr de astfel de părți pentru care se calculează dobânda simplă, atunci formula (2) devine:

$$D_s = S \times r/100 \times t_k/k \quad (4)$$

Problemă:

Un capital de 25 de milioane de lei este plasat în regim de dobândă simplă pe o perioadă de 3 ani cu rata dobânzii de 20%.

- Ce dobândă generează acest capital pe perioada plasamentului?
- Cât ar trebui să fie rată a dobânzii pentru ca acest capital să aducă în doi ani o dobândă egală cu cea obținută după trei ani?

Rezolvare:

- Elementele cunoscute din formula dobânzii sunt:

$S = 25\,000\,000$ lei; $r = 20\%$ și $n = 3$ ani. Rezultă că dobânda simplă este $D_s = S \times r \times n / 100 = 25\,000\,000 \times 20/100 \times 3 = 15\,000\,000$ (lei)

- In acest caz se cunoaște $S = 25\,000\,000$ lei, $n = 2$ ani, $D_s = 15\,000\,000$ lei. Din formula dobânzii simple se obține procentul de dobândă:

$$\frac{r}{100} = \frac{D_s}{S \times n} = \frac{15\,000\,000}{25\,000\,000 \times 2} = 15/50 = 30/100. \text{ Asadar, } r = 30\%.$$

B. Dobânda Compusă

Se presupune că sumă de 5 milioane de lei este depusa într-o bancă pe perioada a 2 ani cu un procent de majorare anual de 15%. Dacă pentru calculul dobânzii în al doilea an se ia în considerare nu numai suma inițială ci și dobânda generată de ea în primul an, adică suma totală de $5\,000\,000 + 750\,000$, se spune că operațiunea bancară se desfășoară în regim de *dobânda compusă*.

În cazul de față, la sfârșitul celor 2 ani capitalul final va fi :

$$5\,750\,000 + 5\,750\,000 \times 15/100 = 6\,612\,500 \text{ lei}$$

Definiție : spunem că o sumă de bani este plasată în regim de dobânda compusă atunci când la sfârșitul primei perioade a plasamentului, dobânda simplă generată de suma este adăugată la suma inițială pentru a produce la rândul ei dobânda în perioada următoare.

Formula de calcul pentru dobânda compusă D_c generată de capitalul S după n ani este :

$$D_c = S(R^n - 1), \text{ unde } R = 1 + r/100$$

Problema:

Care este rata dobânzii pentru ca o sumă plasată în regim de dobândă compusă să crească cu 44% în 2 ani?

Rezolvare:

Fie S suma inițială S_2 suma finală.

Din enunț avem că $S_2 = S + 44/100 \times S = 36/25 \times S$.

Totodată avem $S_2 = S(1 + r/100)^2$ și ca urmare se stabilește egalitatea $36/25 \times S = S(1 + r/100)^2$ din care se obține $r/100 = 1/5 = 20\%$.

1.3 TAXA PE VALOAREA ADAUGATĂ (T.V.A)

Taxa pe valoarea adăugată (T.V.A) reprezintă un venit la bugetul de stat plătit de consumatorii de bunuri și servicii. Ea reprezintă un impozit care se aplică asupra operațiilor de vânzare-cumpărare. Ea se aplică numai asupra valorii adăugate de fiecare agent economic, adică se aplică asupra diferențelor dintre prețul de vânzare și cel de cumpărare, ori de câte ori acest lucru se întâmplă.

Iată câteva dintre categoriile de operații care constituie obiect al impozitării T.V.A:

- livrări de bunuri mobile și imobile, energie electrică, gaze, agent frigorific;



2. prestările de servicii inclusiv operațiile de leasing;
3. vânzare de bunuri cu plata în rate;

Principiul care stă la baza taxei pe valoarea adăugată îl constituie faptul că bunurile și serviciile din țară sau din import destinate beneficiarilor din țară noastră sunt supuse TVA, în timp ce bunurile și serviciile destinate exportului nu li se aplica TVA.

În aceste cazuri distingem două cote de impozitare:

- a) *cota normală* de 19%, pentru operațiile privind livrările de bunuri mobile și transferurile proprietății bunurilor imobile efectuate în țară, prestațiile de servicii precum și importul de bunuri, cu excepția celor prevăzute la *cota zero*.
- b) *cota zero* pentru exportul de bunuri și prestările de servicii legate direct de exportul de bunuri efectuat de agenții economici cu sediul în țara noastră, transportul de agenți autorizați, transportul de marfă și de persoane în și din aeroporturile din România cu nave și aeronave românești comandate de beneficiari cu sediul în străinătate, etc.

Pentru calcularea și decontarea TVA se disting două categorii de operații:

- 1) T.V.A **deductibilă** (în amonte) – la cumpărarea bunurilor și serviciilor (notată – T.V.A.D);
- 2) T.V.A **colectată** (în aval) – la vânzarea bunurilor și serviciilor (notată – T.V.A.C);

Dacă $T.V.A.D > T.V.A.C$, atunci avem de-a face cu o datorie la bugetul de stat, adică TVA de plată. În caz contrar, spunem că, este vorba de o recuperare de la bugetul de stat, adică de TVA de recuperat.

Despre această analiză se spune că am făcut regularizarea TVA la sfârșitul perioadei analizate.

Problemă:

Care este prețul de vânzare al unei mărfi care costă 445 000 lei fără TVA, când procentul TVA este 19%?

$$\text{Preț vânzare} = \text{Preț produs} + \text{TVA} = 445\,000 + \frac{19}{100} \times 445\,000 = 529\,550 \text{ lei.}$$

BIBLIOGRAFIE

Marius Burtea, Georgeta Burtea - MATEMATICA (manual clasa a X-a)
Mircea Ganga - MATEMATICA (manual clasa a X-a)

4.9. ABORDAREA STRATEGICĂ A ACTIVITĂȚILOR LA NIVELUL INSTITUȚIILOR DIN SISTEMUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT ȘI AL ORGANIZAȚIILOR DE FORMARE

Prof. Colan Geanina
Colegiul Economic „Virgil Madgearu”
Galați, România

Abstract

It is only a strategic planning that can indicate the educational programs and the target markets upon which the institutions must focus. Educational institutions must develop a marketing strategy for every program selected or target market chosen to promote. The formal marketing plan will synthesize the information and analyses that will sit at the basis of a certain strategy and will detail the way in which that strategy can be put into practice. Any educational institution must elaborate several strategic alternatives as a response to the market particularities and requests. Each and every time they must choose the best option according to the characteristics of the market. The matrix for the market program/opportunities can help the management department to come up systematically with new options. The newly discovered ways can be analysed carefully for their own equilibrium, for the market stability, costs or other components. Creating a competitive environment with the educational domain will necessarily lead to the introduction of some professional management systems and of some new marketing techniques adequate to these systems. Only by



using the specific marketing strategies and techniques will educational institutions be able to take part in an actual competition, which aims to offer the services most useful to the market.

Using educational marketing can create a permanent competition between educational institutions and vocational training centers for the following gains: students and trainees; the best teachers and trainers; public and private finance; increase of tax collections and of services on the market; heritage development (equipment, buildings, research centers, etc.); expansion on regional and national level; national and international reputation (reflected in the profile statistics); obtaining authorizations and recognition of the diplomas. An overall look on the permanent vocational training in Europe and the United States showed surprising changes a few years ago. The traditional system has been abandoned in many training centers in order to meet a more insecure future. Orientation and behavior change on the part of the trainee has jeopardized many institutions that were unable to understand the necessity of reorganization. Competitiveness and financial resources have become the great challenges that question the capacity to survive of some institutions in the 21st century. Adaptation to social and economic changes, to the needs and expectations of the consumers is reflected in the high development of the institutions involved in training. The successful institutions' 'upbringing' has been based on a mix of technology, studying accessibility and new learning paradigms, capable of satisfying the needs of a new type of educational services consumer. In order to succeed, both state and private institutions involved in training have had to elaborate and put into practice some marketing strategies and, moreover, to make the necessary and realistic changes as far as the educational curriculum is concerned. They have to have been changed in such a way that they meet the goal and the objectives established. The target population for permanent training has met with fundamental modifications in all economically developed countries of the world, which has lead to the need to abandon the traditional training techniques based on a certain age of the trainee, on a formal institutional framework of the classes or on classical, conservatory teaching methods. New technologies and new alternative teaching methods have appeared which aim at making education more accessible to different, unconventional market areas.

Marketingul educațional modern este considerat astăzi factorul esențial pentru succesul unei organizații, indispensabil în dezvoltarea sa economico-socială, soluția miraculoasă ce rezolvă problemele acesteia, instrumentul de bază în atingerea marilor performanțe, dar și în evitarea riscului. Astăzi, el a devenit omniprezent, întrucât „influențează viața fiecăruia, fiind mijlocul prin care se oferă oamenilor nivelul de trai”⁶¹.

Furnizorii de formare profesională folosesc marketingul pe de o parte pentru pregătirea adulților în vederea stimulării ocupării iar pe de altă parte modernizarea serviciilor oferite de FPC prin întărirea capacității acestora de a fi mai eficace și eficiente pe seama formării profesionale continue a personalului propriu. Orientarea deschisă și sinceră către rezolvarea problemelor clientului este cheia cu care marketingul instituției deschide poarta succesului în cadrul societății din care face parte. Tehnicile de marketing cuprind toate instrumentele, metodele și activitățile utilizate în scopul atingerii obiectivului principal al marketingului și anume acela de satisfacere a nevoilor și dorințelor cumpărătorilor și/sau clienților care se află în centrul atenției. Contribuția marketingului la realizarea obiectivului instituției presupune abordări strategice și lucrul cu seturi specifice de variabile, între care rolul esențial îl au: serviciul, prețul, comunicarea/promovarea, poziționarea/distribuția.

Fiecareia dintre aceste variabile îi corespund mai multe alternative iar alegerea celei mai adecvate este un proces dificil din cauza numărului mare al acestora și a posibilităților multiple de combinare între ele. Deciziile în acest domeniu pot fi și au fost mult timp adoptate pe bază de experiență și intuiție, dar creșterea complexității, interdependențelor și a concurenței pe piețele moderne îngreunează tot mai mult stabilirea și alegerea celor mai bune variante de acțiune.

Fără această “conștiință a pieței și produsului” va fi din ce în ce mai greu, dacă nu chiar imposibil, de a supraviețui într-un mediu competitiv din ce în ce mai dinamic. Această poziție competitivă, poate fi obținută doar prin aplicarea unor strategii de marketing competitive, care presupune existența unor competențe în domeniul marketingului, bazate pe o orientare strategică.

Acest concept a fost prezentat de către Ph. Kotler: “Planificarea strategică orientată către piață reprezintă procesul managerial de stabilire și menținere a unei relații viabile între obiectivele, pregătirea angajaților și resursele unei organizații, pe de o parte, și conjunctura pieței, pe de altă parte. Obiectivul planificării strategice constă în permanenta adaptare a activităților și produselor firmei în scopul dezvoltării ei și al obținerii profiturilor propuse”⁶².

⁶¹ Ph. Kotler, J. Saunders, G. Armstrong, V. Wong, Principiile marketingului, Editura Teora, 1998, p. 52.

⁶² Kotler Ph., Managementul marketingului, Ed. Teora, București, ediția 2008, p.103



„Prin conținut, planificarea strategică reprezintă una din modalitățile prin care se exercită funcția de previziune a managementului. Ca activitate concretă, de sine stătătoare, planificarea strategică presupune, la rândul ei, derularea unor procese și relații care, evidențiate distinct, se constituie într-un subsistem de management, cel al planificării strategice, delimitat prin conținut și instrumente specifice, precum și prin exercitarea în mod particular a funcțiilor de previziune, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare.”⁶³

Ph. Kotler consideră că planificarea strategică este un domeniu nou pentru cele mai multe instituții educaționale care au devenit și furnizori de formare profesională. „Planificarea strategică de marketing, reprezintă un proces de dezvoltare și menținere a unei strategii echilibrate, între scopurile instituției și pregătirea / competențele angajaților și oportunitățile de schimbare de pe piață (din mediu). Această planificare, se sprijină pe o dezvoltare clară a misiunii instituției, capabilă să suporte obiectivele propuse, pe o strategie solidă și o implementare adecvată.”⁶⁴

Putem deduce, că scopul planificării strategice, este de a conferi instituției, un avantaj concurențial pe piață. Pornind de la această idee, instituția care dorește să dețină o poziție competitivă, trebuie să fie capabilă, să se adapteze permanent la schimbările pieței și să încerce să satisfacă consumatorii, aplicând principiul planificării strategice orientate către piață.

La nivel național, MECTS, a elaborat o “Sinteză a priorităților pe termen scurt și mediu pentru învățământul pre-universitar”⁶⁵.

În afară de consultarea PRAI și PLAI (Planul local de acțiune în învățământ), din zona în care este amplasată școala, directorii și persoanele implicate în planificare trebuie, de asemenea, să ia în considerare planurile regionale și locale de acțiune pentru învățământ ale județelor/regiunilor vecine, pentru a putea aborda problemele și evoluțiile comune din diferite județe/regiuni. Acest lucru, este foarte important pentru “școlile de specialitate”, care oferă specializări la nivel regional sau național. Un anumit timp, școlile au elaborat planuri, care stabileau direcțiile de dezvoltare pentru o serie de domenii, cum ar fi calificările noi, dezvoltarea profesională a personalului, renovarea clădirilor, achiziția de echipamente noi. Directorii și personalul din cadrul școlii, trebuie să recunoască, din ce în ce mai mult, importanța de a lucra în parteneriat atât la nivel regional, cât și la nivel local, de a desfășura activități riguroase de auto-evaluare, atât la nivel instituțional cât și individual, precum și importanța unei abordări, care să pună clientul pe primul loc. Alte organizații, cum ar fi Agențiile de Ocupare a Forței de Muncă, Consiliile Locale și Județene și angajatorii locali vor fi, de asemenea, încurajate să integreze prioritățile din cadrul PRAI și PLAI în propriile activități de planificare, pentru a asigura o abordare “unitară”, a planificării la nivel local.

Realizarea unui plan strategic, necesită însă, competențe pe care doar specialiștii în marketing le dețin. Dificil demers către un astfel de plan, deoarece majoritatea instituțiilor de învățământ din România, nu dispun nici de specialiști și nici de fonduri, pentru a plăti astfel de servicii. În majoritatea instituțiilor, se poate vorbi despre o planificare a bugetelor și a activităților, iar mediul intern și extern instituțiilor se află într-o continuă schimbare, deci planurile trebuie adaptate, iar planificarea de marketing, trebuie tratată ca fiind un proces continuu. Dar în realitate, astfel de planificări, se rezumă la nivelul unui an, deoarece nu implică aspecte legate de misiunea instituției, accesul la resurse, examinarea mediului cu scopul de a determina prioritățile instituției sau strategiile, care ar trebui adoptate în timp. Orice companie, trebuie să aibă un plan pentru fiecare obiectiv pe care și-l fixează. De regulă, se elaborează planuri anuale, planuri pe termen lung, și planuri strategice.

Organizațiile utilizează o multitudine de forme, atunci când vor să-și delimiteze planurile de marketing. Planificarea cu marketingul educațional trebuie să se realizeze pe trei niveluri: cel al unității operative, cel a serviciilor și cel al sistemului de învățământ (piața generală). În esență, planificarea de marketing reprezintă un suport al planificării strategice, fiecare ocazie de piață făcând obiectul unui plan de marketing detaliat.⁶⁶

⁶³ Olteanu, Valerica., Management-Marketing, Ed. Ecomar, București, 2002, pg. 145

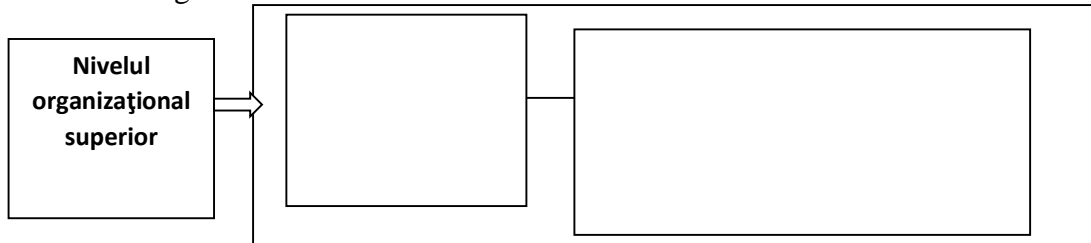
⁶⁴ Kotler, Philip, Fox, Karen, Strategic Marketing for Educational Institutions, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, 1995, pg.7

⁶⁵ Disponibilă pe site-ul web al MECTS

⁶⁶ Kotler Ph., Saunders J., Armstrong G., Wong V., op.citată, p.105

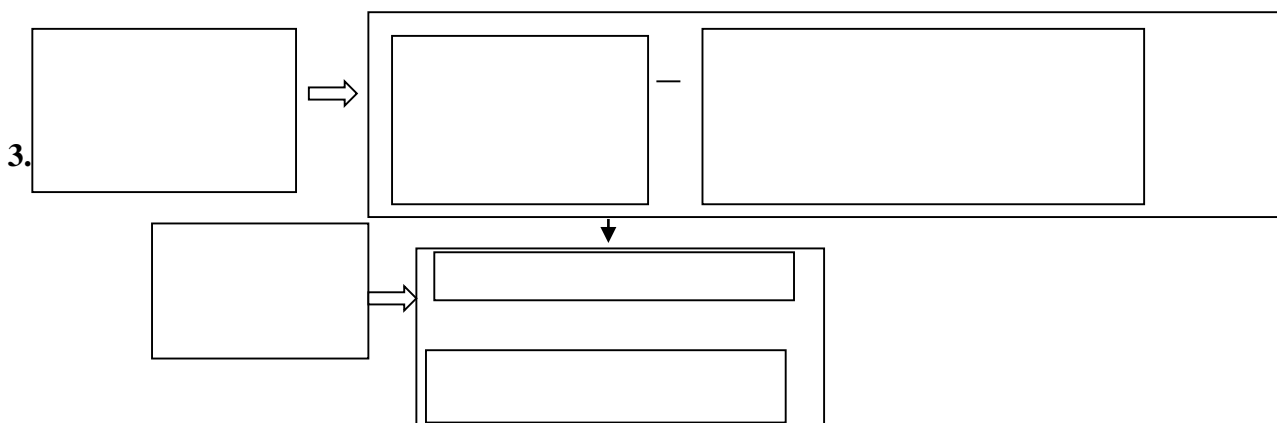
Potrivit analizelor întreprinse la nivel educațional, Kotler, identifică mai multe niveluri, la care se desfășoară planificarea strategică de marketing ⁶⁷:

1. Nivelul organizațional superior - La acest nivel, se au în vedere aspecte, precum misiunea instituției de învățământ, obiectivele generale pe termen lung, portofoliul de activități, strategiile de dezvoltare și modul de alocare a resurselor. Principalul instrument de realizare, îl reprezintă planul strategic al instituției respective. Deciziile și activitățile desfășurate la acest nivel, influențează toate celelalte niveluri organizatorice.



2. Nivelul unității strategice de afaceri (activitate)

O unitate strategică de afaceri, în cazul unei universități, o reprezintă o facultate. În cazul unei instituții școlare din învățământul preuniversitar, o unitate strategică o reprezintă aria curriculară. La nivelul instituției private concentrată pe formarea continuă a adulților, unitatea strategică, o reprezintă fiecare calificare. O astfel de unitate strategică de afaceri la nivelul unei instituții de învățământ are o conducere distinctă, planificare separată și concurenți proprii. La acest nivel se definesc piața sau segmentele de piață și modul în care vor fi satisfăcute dorințele clienților, prin raportarea, la misiunea și obiectivele stabilite în planul strategic al instituției. Este zona, în care trebuie să se identifice, avantajele competitive în cadrul pieței sau segmentelor de piață stabilite.



Teoretic, la fel ca în orice unitate economică, pentru orice instituție implicată în formarea educațională, privită ca unitate strategică de afaceri, sunt planificate separat funcțiile de cercetare-dezvoltare, de desfășurare a activității propriu-zise, de resurse umane, financiar-contabilă și de marketing. La nivelul funcției de marketing, sunt elaborate planuri pentru fiecare produs. Instrumentul de realizare a planificării strategice de marketing îl reprezintă planul strategic de marketing. ⁶⁸

Pentru ca o strategie, să aibă succes, trebuie avute în vedere două elemente: analiză atentă a obiectivelor instituției de învățământ și a mediului concurențial și operaționalizarea strategiei.

În viziunea lui Kotler, planificarea strategică poate fi definită, prin următoarele trei aspecte:

a) activitățile instituției, sunt considerate ca alcătuind portofoliul investițional și atunci, întreprinderea, fiind aceea, care va hotărî, ce activitate va fi extinsă, menținută, fructificată sau eliminată;

⁶⁷ Balaure, Virgil (coord.), op.citată, p. 522 – 524.

⁶⁸ Kotler, Philip, Murphy, E., Patrick, Strategic Planning for Higher Education, in Journal of Higher Education, September – October, 1995, pp. 470 – 489.



- b) aprecierea corectă a potențialului de profit viitor, al fiecărei activități, ținând cont de rata de creștere a pieței și poziția instituției în cadrul pieței;
- c) stabilirea unei strategii pentru fiecare activitate în parte, în vederea atingerii obiectivelor stabilite.

M. McDonald lămurește mai profund ceea ce presupune planificarea de marketing și anume: “utilizarea planificată a resurselor de marketing în vederea realizării obiectivelor de marketing”. Acest proces constă într-o “secvență logică și o serie de activități care conduc la stabilirea unor obiective de marketing și formularea unor planuri de îndeplinire a acestora”.⁶⁹

Între teorie și practică, există discrepanțe, ceea ce face ca implementarea planificării strategice de marketing, să constituie un proces supus unor bariere de natură: culturală/politică - exprimate prin lipsa de încredere în eficiența planificării de marketing precum și în necesitatea schimbării; cognitivă - explicate prin lipsa de cunoștințe și aptitudini în domeniul planificării activității de marketing.⁷⁰

Câți furnizori de formare profesională continuă și-au realizat planul strategic de marketing după tiparul descris? Unele, poate se mai gândesc cum să-l realizeze, pentru că nu au făcut niciodată așa ceva și, prin urmare, ezită să transpună în realitate, dorințele celor care au luat decizia de a se realiza aceste planuri. Se subînțelege, că cea mai importantă barieră, o reprezintă lipsa unui specialist, sau a unui departament de marketing, în cadrul sistemului administrativ al instituției. Foarte mulți conducători de instituții, refuză înființarea unei activități de marketing, pe motiv că rațiunea unei școli este de a educa, iar ei sunt angajați ca manageri în acest scop și nu sunt fonduri pentru realizarea acestor lucruri.

În concluzie, acest proces complex și elaborat al planificării de marketing presupune în primul rând o analiză de profunzime a mediului extern, apoi stăpânirea unor cunoștințe și deprinderi în “mănuirea” unor concepte și instrumente de marketing (analiza ciclului de viață al produsului, matricea BCG, etc.), și nu în ultimul rând o abordare sistemică a întregului proces. Iar, o altă cerință a planificării strategice, o constituie implicarea tuturor factorilor decizionali în procesul de elaborare a strategiei.

4.10. CONTABILITATEA MANAGERIALĂ - DE LA CALCULAȚIA COSTURILOR LA PERFORMANȚA MANAGERIALĂ

Prof. Vultur Petronela
Prof. Condur Liliana
Colegiul „Alexandru cel Bun”
Gura Humorului, Suceava, România

Abstract

The synthetic way of expressing the overall efficiency of economic activity is the output indicators - return on capital employed in sales and profitability, these tools having a single common factor - profit. The profit equation we deal with two basic variables: price and product cost. If price is the result of a number of exogenous factors predominant enterprise, the cost is, or should be, the item over which management has control. Therefore the competitive battle for market supremacy, the minimum cost is most definitely competitive advantage that element that ensures success of a product, a business or even a national economy.

*The increase in complexity of business relations in conditions of increased competition manifested in the allocation and use of economic resources and, in the process of awarding markets caused a revolution in management and implicitly in accounting as most important information source to assist decision process.*⁷¹

⁶⁹ McDonald, Marketing Plans, 2-nd Edition, Butterworth-Heinemann Ltd, Oxford, London, 1993, p.13

⁷⁰ McDonald, op.citată, p.47-48

⁷¹ Pelin, A., Managementul costurilor, teorie și studii de caz, p.6



Accounting is the language of transmission specific information, language describing events quantified in monetary units. Accounting is a system of organizing, coding and transmission of descriptive information. Disclosure of information through the language of accounting assumes allocation of resources to achieve a goal or objective within the range of resources including both financial, technical and human resources. The information concerns the need to compare real and projected allocation. The source of such information is accounting whole.

In recent years, globalization and the rapid development of competition made the role of managerial accounting and cost calculation dramatically increase this becoming an essential tool in "piloting" organizations, indispensable for diagnosis, decision-making and following up and assessing organizational performance.

Managerial accounting purpose is to provide information to users and decision makers involved in the management entity to integrate the information communication sector is the main entity in between all stakeholders on issues such as:

- Information preivind the supply,*
- The stock of production, resources and determination ansamblului production costs and the selling price,*
- Analysis of results and profitability of retail and financial*
- Analysis of information on the structure of assets and own and attracted resources and their cost*

Cunoașterea științifică economică – chiar dacă acum nu garantează absolut realizarea scopurilor ce își propune, este singura cale disponibilă a economistului pentru a se apropia în mod sigur de obiectivul fixat, de adevăr, pentru îmbogățirea acestuia și lărgirea gamei de mijloace și modalități necesare atingerii lui.⁷²

Cunoașterea științifică se realizează la două niveluri distincte, dar strâns legate reciproc. Astfel, **cunoașterea empirică** rezidă într-o reflectare a obiectelor și proceselor studiate de cercetător, de om. Metodele ei specifice de reflectare sunt observația și descrierea.

Obiectivele contabilității manageriale s-ar putea grupa astfel:

- obiective de evidență analitică a structurilor contabile care iau naștere în urma operațiunilor și activităților derulate de entități: active, datorii, capitaluri proprii, venituri, cheltuieli și rezultate;
- obiective de performanță privind calculul unor indicatori parțiali și integrali privind măsurarea rentabilității operațiunilor și activităților entității precum și a costului acestora;
- obiective de previzionare și control realizate prin intermediul bugetelor de venituri și cheltuieli detaliate de la nivelul de entitate la nivel de funcție, structură tehnicoorganizatorică, activitate, produs, lucrare sau serviciu realizat.

Identificarea beneficiarilor managementului afacerilor

Ca parte componentă a informațiilor economice, informațiile contabile au evoluat, iar circuitul lor a fost modernizat într-un ritm continuu de schimbările globale. Astfel, acestea trebuie să se adapteze piețelor de capital din întreaga lume pentru ca știința contabilității să devină o „*limbă de circulație internațională*”, înțeleasă de către toți utilizatorilor săi.⁷³

Prin caracterul confidențial și uzul intern al acestora, informațiile furnizate de managementul afacerilor reprezintă un element determinant în elaborarea unor componente esențiale ale contabilității manageriale: principii, metodă și concepții de organizare a acesteia.

⁷² Răboacă, g., Ciucur, D., Metodologia cercetării științifice economice, București, Ed. Fundației România de maine, 2004, p.51

⁷³ Dragu Gabi Georgiana , Perfecționarea procedurilor contabile, În vederea îmbunătățirii conținutului informațiilor prezentate în situațiile financiare, Teza de doctorat, Alba Iulia,2013



Informația furnizată de contabilitatea managerială se referă la date prelucrate și fapte derulate în cadrul entității pe baza unor procedee specifice sau comune operante în cadrul metodic contabilității manageriale.

Informația furnizată de contabilitatea managerială are un caracter confidențial destinată exclusiv unui singure categorii de utilizatori respectiv managerii entității spre deosebire de informațiile furnizate de cealaltă componentă a sistemului contabil contabilitatea financiară care furnizează informații cu caracter public destinată mai multor categorii de utilizatori

Beneficiarii de informație științifică trebuie ei înșiși să știe să opereze în mod curent cu informații, să le identifice cu ușurință și să le valorifice cât mai deplin în crearea de informații științifice superioare. În practică întâlnim diferite categorii de beneficiari: student, cercetător, profesor, economist, inginer sau în producția de alte bunuri economice. În acest sens, beneficiarii de informație științifică trebuie să dispună de **cunoștințe speciale de documentare**, cum ar fi:

- + un minim de cunoștințe, de noțiuni fundamentale pentru a asigura unitatea de limbaj cu personalul de documentare din rețeaua existentă în țară și străinătate;
- + cunoașterea profundă a rețelei de documentare și a publicațiilor purtătoare de informații științifice;
- + deprinderea de a mânui instrumentele de lucru puse la dispoziție de unitatea de documentare;
- + stăpânirea profundă a ceea ce cercetătorul trebuie să realizeze în mod de sine stătător, individual, în cadrul procesului de documentare. El trebuie să cunoască locul documentării în structura de ansamblu a cercetării unei teme, sfera și conținutul documentării, a etapelor acesteia și a instrumentelor specifice fiecăreia dintre etape.

Optimizarea activității entităților este condiționată de un proces continuu de culegere și prelucrare a informațiilor economice în general și a celor contabile în particular, menit să contribuie la asistarea procesului decizional pe diferite trepte ierarhice ale procesului de management.

Delimitarea conceptului de contabilitate managerială trebuie să se realizeze în funcție de două aspecte și anume:

1. În funcție de preocupările anterioare de definire a acestei “secțiuni intime” a sistemului contabil;
2. În funcție de obiectivele acesteia și de specificul prelucrării informațiilor contabile.

Conceptul de contabilitate managerială se circumscrie obiectivelor și specificului prelucrării informațiilor contabile datorită următoarelor considerente:

- ✓ prima categorie de utilizatori a informației contabile care beneficiază de acestea sunt managerii;
- ✓ prelucrarea acestora pentru uzul intern și extern poartă apanajul actual decizional;
- ✓ contabilitatea managerială realizează o conciliere a grupării cheltuielilor după natura lor economică și după destinație în vederea atingerii obiectivelor de gestiune a entităților economice.

Elementele definitorii ale contabilității manageriale ca știință a gestiunii

Contabilitatea managerială reprezintă o componentă a sistemului contabil bine individualizată prin elementele sale structurale conferindu-i un caracter științific evident cum ar fi: subiect și obiect propriu de studiu.

Sistemul informațional contabil al contabilității manageriale reprezintă ansamblul datelor și informațiilor colectate în cadrul entității în vederea prelucrării acestora, procedurile de prelucrare și prezentare a datelor și informațiilor precum și canalele de circulație și comunicare a informațiilor între cele trei componente de bază ale entității respective sistemul condus, sistemul de conducere și sistemul informațional intern.



Sistemul informațional contabil al contabilității manageriale are rolul de a regla activitatea entității pentru a-și atinge obiectivele operaționale și strategice și contribuie la asistarea procesului decizional.⁷⁴

Funcțiile contabilității manageriale

Furnizează informații tuturor factorilor de decizie implicați în gestiunea entității necesar planificării operaționale și financiare;

- a. contribuie la agregarea informațiilor ce reprezintă principalul sector de comunicare internă în cadrul entității între toți factorii de decizie cu privire la unele aspecte cum ar fi:
 - ✓ informații privind nivelul aprovizionării;
 - ✓ evidența operativă a producției, a ansamblului de resurse și determinarea costurilor de producție și a prețului de vânzare;
 - ✓ analiza rezultatelor și a rentabilității activității de desfacere și financiare;
 - ✓ analiza informațiilor privind structura activelor și a resurselor proprii și atrase precum și costul acestora.
- b. asigură exercitarea controlului operațional la nivelul de entitate, funcție sau subdiviziuni tehnico-organizatoric ale acestora precum și evaluarea și analiza rezultatelor în vederea atingerii obiectivelor entității;
- c. asistă procesul de lucru al deciziilor pe termen scurt (decizii tactice) și pe termen lung (decizii strategice).

Informațiile și utilizatorii informației contabile

Prin caracterul confidențial și uzul intern al acestora, informațiile furnizate de contabilitatea managerială reprezintă un element determinant în elaborarea unor componente esențiale ale contabilității manageriale: principii, metodă și concepții de organizare a acesteia.

Informația furnizată de contabilitatea managerială se referă la date prelucrate și fapte derulate în cadrul entității pe baza unor procedee specifice sau comune operante în cadrul metodic contabilității manageriale.

Concepții de organizare a contabilității manageriale

Concepția de organizare în partidă simplă

Această metodă de organizare a contabilității manageriale este specifică formelor simple de organizare a proceselor de producție și mai poate fi implementată în cadrul entităților mici care realizează un număr redus de produse, lucrări, servicii sau activități în cadrul unui proces de complexitate modernă.

Contabilitatea managerială este inspirată din principiile organizării contabilității în partidă simplă și este reprezentată de ansamblul “cărților sau “jurnalelor” descrie pentru fiecare produs, lucrare, servicii sau activitate, în care se înregistrează detaliat totalitatea operațiunilor generatoare de cheltuieli și venituri aferente obținerii și comercializării produselor, lucrărilor și serviciilor.



Concepția integralistă de organizare a contabilității manageriale

Această formă de organizare a contabilității manageriale se bazează pe o organizare concomitentă a fluxurilor de informații contabile pe cele două canale de comunicare internă și externă ale entităților economice, axată pe un sistem unitar de conturi respectiv conturile contabilității financiare.

Toate obiectivele contabilității manageriale sunt “axate” respectiv formulate pe informațiile conturilor de cheltuieli (clasa 6), conturi de venituri (clasa 7) ale contabilității financiare. Organizarea integrată a concepției integraliste sau în sistem monist se pretează la obiectivele analizei activității derulate pe circuitul economic: aprovizionare-producție, procesare-desfacere.

Soluția unui sistem contabil integrat se poate aplica unitățile economice în care prevalează problematica determinării rezultatelor economice și a rentabilităților analitice în fața obiectivelor de calcul al costurilor și îndeosebi a costurilor complete în condițiile unei informatizări complete și performante a contabilității, care să asigure o codificare a cheltuielilor și veniturilor care să satisfacă exigențele de prelucrare și de informare atât a contabilității financiare cât și a contabilității manageriale.

Concepția dualistă de organizare a contabilității manageriale

Concepția organizării contabilității manageriale într-un circuit distinct, autonom față de contabilitatea financiară, constă în instituirea a două circuite de prelucrare și prelucrare a cheltuielilor și a veniturilor, ancorate pe obiectivele distincte ale celor două contabilități.

Organizarea contabilității în circuit autonom se poate realiza prin utilizarea unui sistem de conturi ale contabilității manageriale care să asigure atingerea obiectivelor printr-un calcul exclusiv în cadrul contabilității (clasa 9).

Concepția dualistă de organizare a contabilității manageriale trebuie să răspundă nevoilor de informare a managerilor în condițiile unei complexități a proceselor și fenomenelor economice derulate în cadrul entităților. Codificarea analitică a conturilor poate asigura imperativele de confidențialitate ale informației contabile.

Iată că, prin detalierea clară a aspectelor teoretice, am pus în lumină importanța cercetării domeniului contabilității manageriale prin prisma calculației costurilor, accentuând importanța informațiilor pe care calculația costurilor o are în luarea deciziilor la nivel ierarhic dar și la previzionarea bugetelor.

BIBLIOGRAFIE

1. Achim S., coordonator, Contabilitate managerială, Suport de curs, 2014 .
2. Pelin, A., Managementul Costurilor. Teorie și studiu de caz, Timișoara, 2010
3. Răboacă, G., Ciucur, D., Metodologia cercetării științifice economice, Ed. Fundației România de Mâine, 2004.



SECȚIUNEA A V-A

IT PENTRU MEDIUL DE AFACERI



5.1. PROBLEMELE DE SECURITATE INFORMATICĂ CU CARE SE CONFRUNTĂ MEDIUL DE AFACERI

Prof. Adriana Petrescu
Colegiul Național de Informatică „Carmen Sylva” Petroșani,
județul Hunedoara, România

Abstract

1. The concept of computer security

Cyber security has become one of the major components of the Internet. Analysts have noticed this concept a contradiction between the need for communications and connectivity on the one hand and the need to ensure confidentiality, integrity and authenticity of the information on the other relatively new cyber security. This side seek technical solutions to resolve this apparent contradiction somewhat. Speed and efficiency of communications "snapshots" of documents and messages of decision confers numerous advantages in a modern society based on competitive economy, so in business.

But using email services, web, transfer funds, etc. It is based on a feeling, sometimes fake security communications that can transform potential earnings on rapid access to information in major losses caused by data theft or insertion of false or distorted data. Information systems are under threat from both the inside and outside. They may be well-intentioned people who make different operating errors or malicious individuals who sacrifice time and money to penetrate data systems informatic. Technical factors that allow security cracks may be some errors of software processing or communication or blemishes the computer equipment or communications

The lack of adequate training manager, operators and users of systems amplify the likelihood of security breaches. Misuse of systems (hacking) is also one of the major risk factors of security systems. In recent years, TPRI developed, paper became only a medium of presenting information and not archiving or transport. Ustime these two functions were taken over by computers and networks to interconnect them. Therefore solutions had to be found to replace the seals, stamps and handwritten signatures in documents conventional digital variants based on public key cryptography and classical.

Cryptography is increasingly computational use for countering security issues. Long used only for the confidentiality of diplomatic and military communications, cryptography has seen spectacular progress over the last 20 years, due to its applications in data security to computers and networks. Improving security systems trebuiesă be an important objective of any contemplated organisations. Must providing a good balance between costs and benefits obtained concrete. Measures must deter unauthorized penetration attempts, making them more expensive than getting legal access to these programs and data. OECD (Organization of Economic Cooperation and Development) is one of the bodies internationalepreocupate the field of protection of personal data, security systems, encryption policy and intellectual property protection.

2. Vulnerability data networks

Security threats a computer network may have the following origins: disasters or natural disasters, equipment failures, human errors operation or manipulation, fraud. Some computer security studies estimated that half of the costs of incidents are due voir destructive actions, and accidental disasters fourth quarter uname mistakes. The threats due to deliberate actions, there are two main categorii attacks: passive and active.



Obviously in electronic funds transfer applications is important to avoid repudiation service by both the transmitter and by the receiver.

1. Conceptul de securitate informatică

Securitatea informatică a devenit una din componentele majore ale utilizării internetului. Analizii acestui concept au sesizat o contradicție între nevoia de comunicații și conectivitate, pe de o parte, și necesitatea asigurării confidențialității, integrității și autenticității informațiilor, pe de altă parte. Domeniul relativ nou al securității informatice caută soluții tehnice pentru rezolvarea acestei contradicții oarecum aparente. Viteza și eficiența comunicațiilor “instantanee” de documente și mesaje conferă numeroase atuuri actului decizional într-o societate modernă, bazată pe economie concurențială, deci și în mediul de afaceri.

Însă utilizarea serviciilor de poștă electronică, web, transfer de fonduri etc. se bazează pe un sentiment, uneori fals, de securitate a comunicațiilor, care poate transforma potențialele câștiguri generate de accesul rapid la informații, în pierderi majore, cauzate de furtul de date sau de inserarea de date false ori denaturate.

Sistemele informatice sunt amenințate atât din interior cât și din exterior. Pot fi persoane bine intenționate care fac diferite erori de operare sau persoane rău intenționate, care sacrifică timp și bani pentru penetrarea sistemelor informatice. Dintre factorii tehnici care permit fisuri de securitate pot fi anumite erori ale software-ului de prelucrare sau de comunicare sau anumite defecte ale echipamentelor de calcul sau de comunicație. De asemenea, lipsa unei pregătiri adecvate a administratorului, operatorilor și utilizatorilor de sisteme amplifică probabilitatea unor breșe de securitate. Folosirea abuzivă a unor sisteme (pirateria informatică) reprezintă, de asemenea, unul din factorii de risc major privind securitatea sistemelor informatice.

În ultimii ani, în țările dezvoltate, hârtia a devenit numai un mediu de prezentare a informațiilor nu și de arhivare sau transport. Aceste ultime două funcții au fost preluate de calculatoare și de rețelele de interconectare a acestora. De aceea au trebuit să fie găsite soluții pentru înlocuirea sigiliilor, ștampilelor și semnăturilor olografe din documentele clasice cu variantele lor digitale, bazate pe criptografia clasică și cu chei publice. Criptografia computațională este tot mai folosită pentru contracararea problemelor de securitate informatică. Utilizată multă vreme doar pentru asigurarea confidențialității comunicațiilor militare și diplomatice, criptografia a cunoscut în ultimii 20 de ani progrese spectaculoase, datorate aplicațiilor sale în securitatea datelor la calculatoare și rețele.

Ameliorarea securității sistemelor informatice trebuie să fie un obiectiv important al oricărei organizații. Trebuie însă avută în vedere asigurarea unui bun echilibru între costurile aferente și avantajele concrete obținute. Măsurile trebuie să descurajeze tentativele de penetrare neautorizată, să le facă mai costisitoare decât obținerea legală a accesului la aceste programe și date. OCED (Organization of Economic Cooperation and Development) este unul din organismele internaționale preocupate de domeniul protecției datelor cu caracter personal, securității sistemelor informatice, politicii de cifrare și al protecției proprietății intelectuale.

În ceea ce privește protecția datelor cu caracter personal, OECD a elaborat, încă din anul 1985 Declarația cu privire la fluxul transfrontalier al datelor. Ideea fundamentală era de a se realiza, prin măsuri juridice și tehnice, controlul direct individual asupra datelor cu caracter personal și asupra utilizării acestora. Eforturile actuale sunt dirijate către realizarea unui cadru amplu internațional în ceea ce privește viața personală și autonomia individuală a persoanelor (libertatea de mișcare, libertatea de asociere și drepturile fundamentale ale omului, coroborat cu nevoia tot mai mare de securitate a transferului de date pentru buna funcționare a mediului de afaceri și a sistemelor sociale).

În domeniul sistemelor informatice, țările OECD au cerut, secretariatului OECD să pregătească un raport complet asupra acestui domeniu, cu evidențierea inclusiv a problemelor tehnologice de gestiune, administrative și juridice. Urmare a acestui raport, țările membre au negociat și adoptat „Liniile directoare privind securitatea sistemelor informatice în OECD”. Ele oferă un cadru internațional de referință pentru dezvoltarea și punerea în practică a unor măsuri, practici sau concepte



de securitate informatică în sectoarele publice și private. Consiliul OECD recomandă revizuirea periodică a acestor reglementări la fiecare 5 ani.

2. Securitatea conectării în rețelele de internet

Internetul este o structură deschisă la care se poate conecta un număr mare de calculatoare, fiind deci greu de controlat. De aceea putem vorbi de vulnerabilitatea rețelelor, manifestată pe variate planuri. Un aspect crucial al rețelelor de calculatoare, în special al comunicațiilor prin internet, îl constituie securitatea informațiilor vehiculate și stocate în mediul virtual. Nevoia de securitate și de autenticitate apare la toate nivelurile arhitecturale ale rețelelor. De exemplu, utilizatorii vor să se asigure ca poșta electronică sosește chiar de la persoana care pretinde a fi expeditorul. Uneori utilizatorii, mai ales când acționează în numele unor firme, doresc asigurarea caracterului confidențial al mesajelor transmise. În tranzacțiile financiare, alături de autenticitate și confidențialitate, un loc important îl are și integritatea mesajelor, ceea ce înseamnă că mesajul recepționat nu a fost alterat sau viciat în timpul transmisiei prin rețea. În tranzacțiile de afaceri este foarte important ca, o dată recepționată, o comandă să fie nu numai autentică, cu conținut nemodificat, dar să nu existe posibilitatea ca expeditorul să nu o mai recunoască. Deci porțile (gateway) și router-ele trebuie să facă diferența între calculatoarele autorizate și cele intruse. În aceste condiții securitatea informatică a devenit una din componentele majore ale internetului.

În cazul internet-ului adresele diferitelor noduri și servicii pot fi determinate relativ ușor. Orice posesor al unui PC cu modem, având cunoștințe medii de operare poate încerca să "forțeze" anumite servicii, cum ar fi conectarea la distanță (telnet), transferul de fișiere (ftp) sau poșta electronică (e-mail). Există persoane dispuse să cheltuiască resurse, bani și timp pentru a penetra diferite sisteme de securitate. Unii sunt adevărați "maestrii" în domeniu: penetrează calculatorul A, cu ajutorul căruia intră în calculatorul B, folosit mai departe pentru accesul la calculatorul C, etc.

3. Aspecte ale vulnerabilității rețelelor de date

O rețea de calculatoare este o structură la care se pot conecta noi tipuri de echipamente. Acest lucru conduce la o lărgire necontrolată a cercului utilizatorilor cu acces nemijlocit la resursele rețelei.

Vulnerabilitatea rețelelor se manifestă pe două planuri:

- posibilitatea modificării sau distrugerii informației, adică atacul la integritatea ei fizică;
- posibilitatea folosirii neautorizate a informațiilor, adică scurgerea lor din cercul de utilizatori stabilit.

Trebuie avute în vedere, cu prioritate, două aspecte legate de securitatea informatică:

- integritatea resurselor unei rețele, adică disponibilitatea lor indiferent de defectele de funcționare, hard sau soft, de încercările ilegale de sustragere a informațiilor precum și de încercările de modificare a informațiilor;

- caracterul privat, adică dreptul individual de a controla sau influența ce informație referitoare la o persoană, poate fi memorată în fișiere sau baze de date și cine are acces la aceste date.

O rețea sigură este aceea în ale cărei componente (resurse și operații) se poate avea încredere, adică furnizează servicii de calitate și corecte. Deoarece o rețea este alcătuită din componente diferite ea reprezintă o zonă convenabilă pentru diferite atacuri sau operații ilegale, lucru care conduce la concluzia că protecția a devenit unul din aspectele operaționale vitale ale unei rețele.

Securitatea și în special caracterul privat trebuie să constituie obiectul unei analize atente în cazul rețelelor. Rețelele sunt ansambluri complexe de calculatoare. Este foarte dificil să se obțină o schema completă a tuturor entităților și operațiilor existente la un moment dat, astfel încât rețelele sunt vulnerabile la diferite tipuri de atacuri sau abuzuri. Complexitatea este generată de dispersarea geografică, uneori internațională a componentelor (nodurilor) rețelei, implicarea mai multor organizații în administrarea unei singure rețele, existența unor tipuri diferite de calculatoare și sisteme de operare, existența unui număr mare de entități. Rețelele de calculatoare au devenit o parte esențială



din viața socială și individuală. De funcționarea lor corectă depinde activitatea guvernamentală, comercială, industrială și chiar personală. Pe măsură ce toate calculatoarele personale pot fi conectate de oriunde în rețele, tot mai multe activități pot fi făcute de orice persoană particulară.

Trebuie avute în vedere tipurile de date pe care persoanele le pot citi, care sunt celelalte persoane cu care pot comunica, la ce programe au acces. Tot mai multe informații memorate în fișiere devin posibil de corelat prin intermediul rețelilor. Această asociere de fișiere privind date ale persoanelor poate avea consecințe nefaste asupra caracterului privat individual. Informația este vulnerabilă la atac, în orice punct al unei rețele, de la introducerea ei până la destinația finală. În particular, informația este mai susceptibilă la atac atunci când trece prin liniile de comunicații. Măsurile puternice de control ale accesului, bazate pe parole, scheme de protecție în sisteme de operare, fac mai atractive atacurile asupra liniilor rețelei decât asupra calculatoarelor gazdă.

4. Tipuri de atacuri asupra rețelelor de date

Amenințările la adresa securității unei rețele de calculatoare pot avea următoarele origini: dezastre sau calamități naturale, defectări ale echipamentelor, greșeli umane de operare sau manipulare, fraude. Câteva studii de securitate a calculatoarelor estimează că jumătate din costurile implicate de incidente sunt datorate acțiunilor voite distructive, un sfert dezastrelor accidentale și un sfert greșelilor umane. În amenințările datorate acțiunilor voite, se disting două categorii principale de atacuri: pasive și active.

Atacuri pasive—sunt acelea în cadrul cărora intrusul observă informația ce trece prin “canal” fără să interfereze cu fluxul sau conținutul mesajelor. Ca urmare se face doar analiza traficului, prin citirea identității părților care comunica și “învățând” lungimea și frecvența mesajelor vehiculate pe un anumit canal logic, chiar dacă conținutul este neinteligibil. Atacurile pasive au următoarele caracteristici comune:

- nu cauzează pagube (nu se șterg sau se modifica date);
- încalcă regulile de confidențialitate;
- obiectivul este de a “asculta” datele schimbate prin rețea;
- pot fi realizate printr-o varietate de metode, cum ar fi supravegherea legăturilor telefonice sau radio, exploatarea radiațiilor electromagnetice emise, rutarea datelor prin noduri adiționale mai puțin protejate.

Atacuri active—sunt acelea în care intrusul se angajează fie în furtul mesajelor, fie în modificarea, reluarea sau inserarea de mesaje false. Aceasta înseamnă că el poate șterge, întârzia sau modifica mesaje, poate să facă inserarea unor mesaje false sau vechi, poate schimba ordinea mesajelor, fie pe o anumită direcție, fie pe ambele direcții ale unui canal logic. Aceste atacuri sunt serioase deoarece modifica starea sistemelor de calcul, a datelor sau a sistemelor de comunicații.

Exista următoarele tipuri de amenințări active:

- mascarada—este un tip de atac în care o entitate pretinde a fi o alta entitate. De exemplu, un utilizator încearcă să se substituie altuia sau un serviciu pretinde a fi un alt serviciu, în intenția de a lua date secrete (numărul cărții de credit, parola sau cheia algoritmului de criptare). O “mascarada” este însoțită, de regula de o alta amenințare activă, cum ar fi înlocuirea sau modificarea mesajelor;

- reluarea—se produce atunci când un mesaj sau o parte a acestuia este reluată (repetată), în intenția de a produce un efect neautorizat. De exemplu este posibilă reutilizarea informației de autentificare a unui mesaj anterior. În conturile bancare sau în tranzacții comerciale reluarea unităților de date implica dublări și/sau alte modificări nerezonabile ale valorii conturilor;

- modificarea mesajelor—face ca datele mesajului să fie alterate prin modificare, inserare sau ștergere. Pot fi folosite pentru a se schimba beneficiarul unui credit. Sau a unei plăți. O altă utilizare poate fi modificarea câmpului destinat/expeditor al poștei electronice;

- refuzul serviciului—se produce când o entitate nu izbuteste să îndeplinească propria funcție sau când face acțiuni care împiedică o altă entitate de la îndeplinirea propriei funcții;



-repudierea serviciului– e produce când o entitate refuză să recunoască un serviciu executat.

Este evident că în aplicațiile de transfer electronic de fonduri este important să se evite repudierea serviciului atât de către emițător, cât și de către destinatar.

În cazul atacurilor active se înscriu și unele programe create cu scop distructiv și care afectează, uneori esențial, securitatea calculatoarelor. Există o terminologie care poate fi folosită pentru a prezenta diferitele posibilități de atac asupra unui sistem. Acest vocabular este bine popularizat de "poveștile" despre așa zișii "hackeri". Atacurile presupun, în general, fie citirea informațiilor de persoane neautorizate, fie distrugerea parțială sau totală a datelor sau chiar a calculatoarelor. Ce este mai grav este posibilitatea potențială de infestare, prin rețea sau chiar copieri de date, a unui mare număr de terminale computerizate. Dintre aceste programe distructive amintim următoarele:

- virușii–reprezintă programe insertate în aplicații care se multiplică singure în alte programe din spațiul rezident de memorie sau de pe spații de stocare. Apoi fie saturează complet spațiul de memorie/disc și blochează sistemul, fie după un număr fixat de multiplicări, devin activi și intra într-o fază distructivă (care este de regulă exponențială);

- bomba software-este o procedură sau parte de cod inclusă într-o aplicație 'normală', care este activată de un eveniment predefinit. Autorul bombei anunță evenimentul, lăsând-o să 'explodeze', adică să facă acțiunile distructive programate;

- viermii-au efecte similare cu cele ale bombelor și virușilor. Principala diferență este aceea că nu rezidă la o locație fixă sau nu se duplează singuri. Se mută în permanență, ceea ce îi face dificil de detectat. Cel mai renumit exemplu este Viermele internetului-ului, care a scos din funcțiune o parte din internet cu ani în urmă;

- trapele-reprezintă accese speciale la sistem, care sunt rezervate în mod normal pentru proceduri de încărcare de la distanță, întreținere sau pentru dezvoltatorii unor aplicații. Ele permit însă accesul la sistem, eludând procedurile de identificare uzuale;

- troianul - este o aplicație care are o funcție de utilizare foarte cunoscută și care, într-un mod ascuns, îndeplinește și o alta funcție. Nu creează copii. De exemplu, un hacker poate înlocui codul unui program normal de control 'login' prin alt cod, care face același lucru, dar, adițional, copiază într-un fișier numele și parola pe care utilizatorul le tastează în procesul de autentificare. Ulterior, folosind acest fișier, hacker-ul va penetra foarte ușor sistemul.

5. Protecții împotriva atacurilor informatice

Aceste probleme sunt importante pentru toți utilizatorii de computere, care utilizează în mod regulat internet-ul. Există protecții împotriva atacurilor hackerilor. Singura problemă este aceea că regulile și protecțiile sunt „făcute pentru a fi încălcate”. Deci, oricât de complexe și de sigure ar părea sistemele noastre de securitate, ele pot fi ocolite și „sparte”.

Bibliografie

1. Amor, D., The E-Business (R)evolution, Living and Working in an Interconnected World, Hewlett-Packard Professional Books, 2000, pp. 354-391.
2. Anderson, K., Criminal Threats to Business on the Internet, A White Paper, 1999, URL: http://www.aracnet.com/~kea/Papers/White_Paper.shtml (12 May 2001).
3. Axent Technologies, Information Security Begins with Sound Security Policies, 1998.
4. Cilluffo, F. J., "Cyber Attack: The National Protection Plan and its Privacy Implications" (Statement to the United States Senate Subcommittee on Technology, Terrorism, and Government Information Committee on the Judiciary, 2000, URL: <http://www.csis.org/goc/rc/cyber.html> (28 July 2001).
5. Cosgrove Ware, L., CIO Security Worksheet, August 8, 2001, www.cio.com/CIO (9 August 2001).

5.2. EDUCAREA SOCIETĂȚII INFORMAȚIONALE COMPETITIVE

Casian Irina
Colegiul Financiar-Bancar
Chișinău, Republica Moldova

“Dintre toate caracteristicile umanității, tehnologia este cea mai pur umană și constituie motorul societății umane. Tehnologiile constituie reperele definitorii ale erelor istoriei umanității: epoca de piatră, epoca de bronz, epoca de fier, era industrială ... și era informațională.”

Lewis J.Prelman

Abstract

Today, many business men resort to using information technology (IT) as an opportunity to increase the efficiency activity. However, if the entity's activities are poorly organized, developed internal processes and incorrect management, no information technology will save it from insolvency as a result of bankruptcy. Information and telecommunications technologies bring a decisive contribution to improving business competitiveness, increase public sector efficiency and reducing red tape, thereby improving the living standards of citizens. As a society, we are becoming increasingly dependent on rapid access to information. As this application grows, more information is stored and transmitted electronically, leading to changes in how companies approach business.

Extensive use of information technology in the business world positively influences their performance, so we can talk about:

- considerable increase in business dynamism - Reduction of doing business, including the manufacturing cycle, conclusion of agreements, contracts;*
- widening of outlets / access to goods and services, involving price competition and quality;*
- reducing costs to do business, including reducing trade transaction costs, the possibility of multiple virtual cooperation of buyers to increase business volume and thus reduce costs etc .;*
- improving the quality of business, including the possibility of defining online service required product characteristics and user - through various questionnaires.*

But implementation of IT in business is also facing some difficulties. Of the necessary conditions, difficulties with using business might mention:

- the need for a developed IT infrastructure (PCs, servers, telecommunications, etc.);*
- high costs of access to networks;*
- Mutual distrust between business partners;*
- Distrust in information security of transactions etc .;*
- the need for knowledge of a language common for communication for business partners;*
- Availability of features of cultural traditions.*

The reliability of the IT system and the information generated by it often depends on the organization's ability to hire staff or consultants with adequate knowledge and experience in information technology. A no less important role in this field play the educational institutions that contribute to the formation of young professionals by developing the digital skills in information and communication technologies.

"What are the limits of auditor training and experience that is available for the use of IT tools?" Is the key to start a teacher-coordinator training within the Training Firm. Training Firm (TF) is a teaching concept based on learning through practice, a simulation model of internal processes deployed in a real firm and its relations with other companies and institutions. This is an interactive



method of learning for entrepreneurship, a modern interdisciplinary integration and application of knowledge, an approach to teaching and learning which ensures conditions for practicing and deepening practical skills acquired by students in training. The place of the activity of Training Firm is a laboratory equipped with furniture suitable technique required for learning (computers and specialized software, Internet network, multiplier equipment) for conducting economic and trade operations to simulate the activity of a company in the real economic field.

Students trained by the method of Exercise company develop the following competencies in information technology:

- creation and appropriate and professional processing of all documents used in conducting business;*

- use of information from the Internet;*
- communicating via electronic mail;*
- promote the company image through the site;*
- use of technical means in practice.*

Thus in their activity at Training Firm students use different IT tools: Microsoft Word, MicrosoftExcel, Microsoft PowerPoint, Prezi, AdobePhotoshop, CorelDraw, Internet technologies, electronic commerce. Through their various practical activities are performed:

- drafting business letters, minutes, reports, different forms;*
- automatic calculation/automatic updating of results based on the data entered, drafting tables, create / update automatically various graphs / charts;*
- create presentations that help support some speeches, presentation of products / services TF, presenting departments activity;*
- creation, scanning, modifying and correcting images that are important in making ads, posters, publications, catalogs, presentation pages etc .;*
- disseminating information via email both internally (between al TF) and its customers, suppliers;*
- publishing information on the site of corporate news and press releases, launch of investigations etc..*
- simulation of electronic commerce through the site cfem.info.md.*

In conclusion IT tools represent an invaluable support for the work of Training Firm and for business in general. The biggest constraints to the proper use of systems in this competitive era, refer to the lack of infrastructure and basic scientific knowledge. Before applying information technology in different sectors, organizations need to focus on training employees in different spheres of activities of support systems and other software. If these things are respected, productivity and hence the success of organizations will be increased. As a result, each entity will have to invest in training staff for it to be able to use information technology system.

Astăzi mai mulți oameni de afaceri apelează la utilizarea tehnologiilor informației (IT) ca o oportunitate de creștere a eficienței activității desfășurate. Însă în cazul în care în entitate sunt prost organizate activitățile, derulate procesele interne, precum și gestiunea incorectă, nici o tehnologie a informației nu va salva de la insolvabilitate și, ca rezultat, de faliment. Tehnologiile informației și telecomunicațiilor aduc un aport decisiv pentru îmbunătățirea competitivității mediului de afaceri, creșterea eficienței sectorului public și reducerea birocrăției, contribuind astfel la ameliorarea nivelului de trai al cetățenilor. Ca societate devenim din ce în ce mai dependenți de accesul rapid la informație. Pe măsura ce această solicitare crește, tot mai multă informație este stocată și transmisă electronic, ceea ce duce la schimbarea modului în care companiile abordează afacerile.

Tehnologiile informației utilizate în mediul de afaceri pot fi grupate în următoarele categorii:

- 1. **produse-program de uz general** (Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Microsoft ACCES etc.);*
- 2. **produse-program specializate** (Bank-client, E-Factura, Mpay, 1C-Contabilitate 8.0 etc.);*



3. **tehnologii de tip satelit** (sistemul de comunicații prin satelit, dispecer sistem comercial de management al transporturilor, GPS etc.);
4. **tehnologii de identificare contact-less** (tehnologia de card, tehnologia biometrică, tehnologia de codificare de bare etc.);
5. **tehnologii-Internet** (servere de informații, magazine on-line, etc.). **Internetul** a avut și are un rol primordial în mediul de afaceri asigurând conectarea firmelor cu partenerii săi, comunicarea și fluidizarea fluxului de plăți în timp redus și toate acestea prin adoptarea infrastructurii concretizate printr-o rețea ce interconectează aplicații la distanță, baze de date și utilizatori. Internetul asigură posibilitatea creării unor noi modele de afaceri bazate pe posibilitățile unice oferite de acest mediu. Acestea pot fi: bursa virtuală, licitații pe Internet, Internet-magazine, servicii cu plată etc.

Utilizarea **tehnologiilor informației specializate** în mediul de afaceri înregistrează unele **avantaje**:

- exhaustivitatea de acoperire a tuturor unităților structurale. Dezvoltarea IT facilitează comunicarea intra și inter organizațională;
- software-ul multifuncțional vine în întâmpinarea nevoilor organizațiilor de orice domeniu de aplicare;
- flexibilitatea și modularitatea sistemelor de automatizare permite o perfecționare continuă astfel încât să nu influențeze desfășurarea activității de bază a întreprinderii.

Utilizarea pe larg a tehnologiei informației în lumea afacerilor influențează pozitiv randamentul acestora, astfel putem vorbi despre:

- creșterea considerabilă a dinamismului afacerilor - reducerea termenului de realizare a afacerilor, inclusiv a ciclului de fabricație a produselor, de încheiere a acordurilor, contractelor;
- lărgirea pieței de desfacere/acces a produselor și serviciilor ce implică competiția prețurilor și creșterea calității;
- reducerea cheltuielilor cu realizarea afacerilor, inclusiv reducerea cheltuielilor cu tranzacții comerciale, posibilitatea cooperării virtuale a mai multor cumpărători în scopul creșterii volumului afacerii și astfel reducerii cheltuielilor etc.;
- îmbunătățirea calității afacerilor, inclusiv posibilitatea definirii online a caracteristicilor produsului și serviciului necesar utilizatorului – prin diferite chestionare.

Însă implementarea IT în afaceri se confruntă și cu anumite dificultăți. Din **condițiile necesare, dificultățile** cu folosirea afacerilor s-ar putea menționa:

- necesitatea unei infrastructuri informatice dezvoltate (PC, servere, telecomunicații etc.);
- costuri înalte de acces la serviciile rețelelor informatice;
- neîncrederea reciprocă între partenerii de afaceri;
- neîncrederea în securitatea informațională a tranzacțiilor etc.;
- necesitatea cunoașterii unei limbi de comunicare comune pentru partenerii de afaceri;
- existența unor particularități culturale de tradiții.

Alături de avantajele subliniate este necesar să menționăm că aceste instrumente sunt generatoare de **riscuri**, ele fiind influențate de următorii factori:

- **dependența de capacitățile de funcționare ale echipamentelor și programelor informatice** - fără o protecție adecvată, s-ar putea ca echipamentele sau programele informatice să nu funcționeze;
- **reducerea implicării factorului uman** - în numeroase medii bazate pe IT, angajații, care se ocupă de prelucrarea inițială a operațiunilor, nu văd niciodată rezultatele finale. Prin urmare, ei au o posibilitate mai mică de a identifica erorile de prelucrare;
- **accesul neautorizat** - risc de efectuare a unor accese nepermise, ilegite, având drept rezultat modificări inadecvate ale aplicațiilor informatice și ale fișierelor sistematice. Mai mult decât atât, astfel se pot obține de manieră ilicită informații confidențiale;
- **pierderea datelor** și, în anumite cazuri, organizația poate suporta întreruperi grave ale activității;

- **reducerea separării sarcinilor - personalul** departamentului de IT, care are acces la aplicații și la fișierele sistematice, ar putea sustrage active, dacă sarcinile-cheie nu sunt adecvat repartizate între angajații funcției de tehnologii informaționale;
- **nevoia de experiență în domeniul tehnologiilor informaționale.**

Chiar și atunci când companiile achiziționează sisteme informatice relativ simple, care includ programe gata configurate, este esențial să existe personal cu experiență și cunoștințele necesare pentru instalarea, întreținerea și utilizarea sistemului. Pe măsură ce se răspândește utilizarea de sisteme IT în afaceri, de cele mai multe ori crește și nevoia de specialiști calificați în domeniul tehnologiilor informaționale. Numeroase companii înființează o funcție sau un departament întreg de personal specializat în tehnologii informaționale, în care intră programatori, operatori, gestionari de rețea, gestionari de biblioteci de baze de date.

Fiabilitatea unui sistem de IT și a informațiilor generate de acesta depinde deseori de capacitatea organizației de a angaja personal sau consultanți cu experiență și cunoștințe adecvate în domeniul tehnologiilor informaționale. Un rol nu mai puțin important în acest domeniu îl joacă instituțiile de învățământ care contribuie la formarea tinerilor specialiști prin dezvoltarea **competenței digitale în domeniul tehnologiilor informaționale și comunicaționale.**

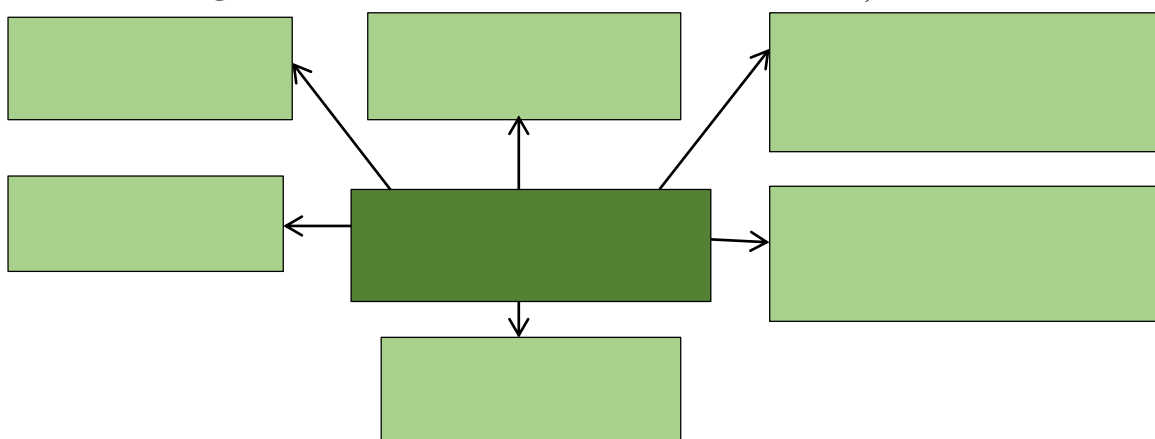
”Care sunt limitele formării auditorului și care este experiența de care dispune acesta în utilizarea instrumentelor IT?” este întrebarea-cheie de la care pornește un profesor-coordonator în cadrul Firmei de Exercițiu. Firma de Exercițiu (FE) este un concept didactic, bazat pe învățarea prin practică, un model de simulare a proceselor interne desfășurate într-o firmă reală și a relațiilor sale cu alte firme și instituții. Aceasta reprezintă o metodă interactivă de învățare pentru dezvoltarea spiritului antreprenorial, o concepție modernă de integrare și aplicare interdisciplinară a cunoștințelor, o abordare a procesului de predare-învățare care asigură condiții pentru exersarea și aprofundarea practică a competențelor dobândite de elevi în pregătirea profesională. Locul de desfășurare a activității Firmei de Exercițiu este un laborator echipat cu mobilier corespunzător, cu tehnica necesară învățării (calculatoare și pachete software specializate, rețeaua Internet, tehnica de multiplicare), pentru efectuarea de operații economice și comerciale care să simuleze activitatea unei firme din sfera economică reală.

Elevii formați prin metoda Firma de Exercițiu își dezvoltă următoarele competențe în domeniul tehnologiei informației:

- *crearea și procesarea corectă și profesională a tuturor documentelor utilizate în derularea activității;*
- *utilizarea informațiilor de pe Internet;*
- *comunicarea prin intermediul poștei electronice;*
- *promovarea imaginii firmei prin intermediul site-ului;*
- *utilizarea mijloacelor tehnice în activitatea practică.*

În continuare vom caracteriza acele activități realizate de elevi (figura 1), din cadrul unei Firme de Exercițiu, care contribuie la dezvoltarea competențelor enumerate mai sus.

Figura 1. Utilizarea IT în cadrul Firmei de Exercițiu.



Editoarele de text sunt programe utilizate pentru redactarea și tipărirea de scrisori și alte documente. Principalele motive pentru care elevii utilizează **Microsoft Word** sunt: manipularea ușoară a textului, urmărirea și corectarea erorilor se face mai ușor, alinierea și așezarea în pagină se fac automat de către program, Inserarea de imagini, grafice și tabele etc. Tipuri de documente redactate de către elevi în cadrul Firmei de Exercițiu:

- **scrisori** – Scrisoarea de intenție, Scrisori de inițiere a afacerii, Cerere de ofertă, Oferta solicitată/nesolicitată, Scrisori de menținere a relațiilor cu clienții firmei, Scrisoare de depunere a numerarului în contul său curent, Delegația de retragere a numerarului din contul său etc.;

- **proces verbale** – ale Adunărilor fondatorilor/asociaților, de selectare a ofertelor primite, de predare/primire a activității pe departamente etc.;

- **rapoarte** – Raport privind realizarea tranzacțiilor, Raport privind activitatea Departamentului, Raport privind participarea la Târgul firmelor de Exercițiu etc.

- **formulare** – foaie cu antet, Formularul de comandă, Condica de prezență, Fișa personală a angajatului, Fișa cu sarcini, Contract de muncă, Ordine de plată etc.;

- **alte** - ordinul de angajare/transfer, Schema de state, Organigrama, Lista de prețuri etc.

Procesorul tabelar **Microsoft Excel** este utilizat pentru lucrul cu tabele, fiind adesea folosit pentru prelucrarea informațiilor prezentate prin cifre. Prin intermediul acestei aplicații elevii, colaboratorii FE, reușesc să: calculeze automat unele rezultate pe baza datelor introduse (sume, procente, medii etc.), actualizeze automat rezultatele atunci când se modifică datele, alinieze și aranjeze tabelele, creeze și actualizeze automat diverse grafice/diagrame etc. Astfel, datorită posibilităților oferite de Microsoft Excel, sunt:

- calculate salariile prin întocmirea Borderoului de evidență a salariului;
- perfectate Fișele personale privind evidența veniturilor, Lista de plată a salariului;
- întocmite Borderou de evidență a rezultatelor inventarierii etc.

Prezentarea unui proiect reprezintă o provocare pentru oricare dintre noi, fie că suntem elevi, studenți, angajați sau chiar manageri, deoarece **ajută publicul clienții/partenerii să își formeze o imagine de ansamblu**. Prezentările create pot include text, tabele, imagini, animații, precum și un fond sonor – ele pot fi listate pentru a fi oferite pe hârtie sau pot fi rulate direct de pe calculator (eventual cu folosirea unui videoproiector). Acest gen de programe sunt utilizate pentru crearea de prezentări bazate pe diapozitive, care să ajute susținerea unor discursuri, prezentarea produselor sau serviciilor FE, prezentarea activității Departamentului etc. Avantajul nu constă doar în expunerea mai calitativă a prezentării vizuale a ideii, dar și în faptul că produsele moderne de aprovizionare cu design grafic economisesc timpul și resursele atrase în crearea prezentărilor de afaceri. **Prezi** este o aplicație web prin intermediul căreia puteți concepe prezentări mult mai atractive și mai convingătoare decât cele realizate în **Microsoft PowerPoint**. Ceea ce face diferența este atât grafica prietenoasă, cât și posibilitatea de a evidenția relațiile dintre componentele prezentării, fără a le „rupe” în slide-uri, așa cum se întâmplă în prezentările clasice.

Aplicația de grafică **Adobe Photoshop** sau **CorelDraw** este utilizată pentru crearea, scanarea, modificarea și corectarea imaginilor. Ele sunt mai mult folosite în activitatea departamentului de Marketing al FE, fiind importante în realizarea unor anunțuri, postere, publicații, cataloage, pagini de prezentare etc.

Folosirea Internet-ului și a altor mijloace de comunicare aduce numeroase beneficii și permite obținerea de avantaje concurențiale. Cele mai populare tipuri de **instrumente Web** utilizate în cadrul firmelor de exercițiu sunt **rețele sociale, poșta electronică, site-ul firmelor, comerțul electronic**.

Rețele sociale (social networks). Un serviciu de tip **social network**, de exemplu Facebook, este utilizat pentru construirea online a unor rețele sociale pentru comunități care au activități comune pe Web sau sunt interesați în exploatarea intereselor și activitățile altora. Astfel, Firmele de Exercițiu practică crearea paginii pe Facebook pe care plasează informațiile cele mai importante despre activitatea lor: denumirea, genul de activitate, principalele produse/servicii, precum și acele oferte speciale pe care doresc să le promoveze și evenimentele care au loc în cadrul firmei.



Poșta electronică este utilizată de elevi pentru distribuirea informației prin poșta electronică atât pe plan intern (între colaboratorii FE), cât și către clienții săi, furnizorii sau CFEM. Menținerea unui contact permanent cu clientul este unul dintre cele mai bune mijloace de a reaminti clienților că încă mai există și că vă bucurați de colaborarea cu ei. Scrisorile trimise, promoții și anunțuri vor păstra firma proaspătă în mintea clienților, iar aceștia vor aprecia informațiile relevante și personalizate pe care le primesc de la angajații firmei.

Site-ul firmelor. În cadrul FE elevii încearcă să creeze singuri site-ul propriu cu scopul de a realiza promovarea informațional-publicitară a firmei (atragera atenției, crearea unei imagini favorabile, mărirea numărului de contacte.). Site-ul este unul din mecanismele Departamentului de Marketing al firmei și, de asemenea, devine un element esențial în procesul afacerilor. Astfel aici putem regăsi publicarea informației corporative, publicarea noutăților și comunicatelor de presă, link-uri către alte site-uri utile, ofertele de „pachete fierbinți”, lansarea anchetelor, canalelor de discuții și schimbul de informație.

Comerțul electronic permite firmelor să îmbunătățească relațiile cu clienții, cu furnizorii și partenerii de afaceri. Astăzi vitrinele virtuale permit achiziționarea a tot ceea ce se poate găsi în magazinele convenționale, de fapt clienții pot face comenzile direct de la producător. În cadrul rețelei Firmelor de Exercițiu este simulat comerțul electronic prin intermediul site-lui **cfem.info.md**. Astfel activitatea presupune două etape principale:

- *firma-vânzător plasează informații despre produsele sale* – imaginea, denumirea, caracteristica generală, prețul;
- *firma-cumpărător accesează magazinul electronic și face comandă*, după care aceasta este transmisă în poșta electronică a vânzătorului.

Prin intermediul acestui instrument elevii exersează afaceri online, care efectiv sunt practicate în viața reală nu doar în afaceri, dar și pe plan personal.

În concluzie instrumentele IT reprezintă un sprijin neprețuit pentru activitatea Firmei de Exercițiu, precum și pentru afaceri în general. Tehnicile tot mai complexe și soft-urile tot mai specializate reprezintă un răspuns natural la nevoile unui întreprinzător modern.

Prin urmare, tehnologia facilitează comunicarea (instantanee și fără restricții spațiale), dar pentru ca această comunicare să fie și eficientă este nevoie de măsuri de adaptare a oamenilor la noile schimbări determinate de IT (Kling, 1996c).

Cele mai mari constrângeri în vederea utilizării corespunzătoare a sistemelor TI în această eră competitivă, se referă la lipsa unei infrastructuri și a cunoștințelor științifice de bază. Înainte de a aplica tehnologia informației în diferite sectoare, organizațiile trebuie să pună accent pe instruirea angajaților în diferite sfere de activități ale sistemelor suport precum și alte tipuri de software. Dacă aceste lucruri vor fi respectate, productivitatea și implicit succesul organizațiilor va fi sporit. Ca urmare, fiecare entitate va trebui să investească în instruirea personalului pentru ca acesta să fie capabil să utilizeze sisteme de tehnologie a informației.

Bibliografie:

1. ARCAN, Petru; BOTEZATU, Angela ș.a., *Firma de Exercițiu – start sigur în carieră*, Chișinău: Garamont-Studio, 2012.
2. „*Firma de exercițiu: Ghid pentru elevi*”, Chișinău: T-PAR, 2013.
3. KHODAPARASTI, Ramin Bashir, *Rolul Tehnologiei Informației în organizații*, Urmia University, Iran, Series OECONOMICA, FASCICULUS 1, anul VI, 2012.
4. SARKISYAN, Karina, *Impactul tehnologiilor informaționale moderne în procesul corporativ de comunicare*, Academia de Economie „Dm. Țenov” din Sviștov, Bulgaria, Revista informatică, statistică și cibernetică economică.
5. ȘTEFĂNESCU Mihaela, *Ghidul Firmei de Exercițiu: cea mai bună practică!*, București: Editura Didactică și pedagogică, 2012

5.3. ETICĂ ÎN COMERȚUL ONLINE

prof. STANCIU NICOLETA
Colegiul Național de Agricultură și Economie
Localitatea Tecuci, județul Galați, România

Abstract

Ethic, in the economic domain, is a system of rules of conduct that allows appreciation from morally and socially point of view, of what is good and evil in human relationships between individuals and the company, between traders and costumers, between competitors, companies and society in order to establish useful relations for everyone involved.

Products and services traded on the internet tend to cover almost all human needs with those assets which offer the highest profitability for the manufacturer or retailer and are the most favorable to the consumer.

High profit for these categories of products and services is given by the absence or very low level of transportation/delivery, storage, conditioning, service etc. costs and by the ease with which it can be accessed by consumers.

The place where the consumer meets the merchant in the electronic commerce(ecommerce) is the website. For websites of business should be considered, at least in theory (for now) that users should have the advantage of consistent consumer protection, regardless the place of products purchase. In this regard it is noted the need for international coordination regarding the formulation of regulations related to conducting electronic commerce.

The activity on the Internet have seen a multitude of issues such as non-delivery of goods or obstruction in compensation to customers, which requires the emergence of a third part to control this activity.

This mechanism should cover all organizations doing business on the Internet, a mechanism which should be easily accessible, "friendly", quickly and recognized by all parts, including national governments.

Website content is an essential element and it should be noted that there are a lot of factors to be considered, in order to conduct an efficient but also moral business.

Here are further key elements that must be agreed by traders:

a) Keeping confidential information (information that was acquired in transactions). Personal information will not be collected, published or transferred (in particular - customer lists, or customer personal information such as name, e-mail, mobile) to a third part without the client's consent.

b) Protect intellectual property.

c) Providing help, honesty in work.

d) Conduct business only within the law.

e) Do not use illegally obtained software or unlicensed.

Electronic commerce is not new, it has specific rules that participants must learn to respect. The websites creators and owners who promote this type of trade have a great responsibility in ensuring a good ecommerce, since understanding the message and create an atmosphere of trust depends on them.

Introducere

Etică, în domeniul economic, reprezintă un sistem de norme de conduită care permite aprecierea, din punct de vedere moral și social, a ceea ce este bine și rău în relațiile dintre oameni, dintre indivizi și firmă, dintre comercianți și clienți, dintre concurenți, firme și societate în scopul stabilirii unor raporturi folositoare pentru toți cei implicați.

În acest context, etica afacerilor este un domeniu de studiu aplicativ, sistematic cu privire la determinarea principiilor morale, a codurilor de conduită și comportament ce reglementează relațiile dintre partenerii de afaceri (vânzători și cumpărători).

Etică în comerțul electronic și profitabilitatea businessului

Ideea de bază a specialiștilor în „business ethics”, care abordează afacerile dintr-o perspectivă largită, este aceea că toți membrii societății au diferite nevoi materiale, pe care trebuie să le satisfacă sistemul economic prin activități de producție, prestări de servicii, distribuție, repartiție etc. Privind relațiile economice la nivel macrosocial, se vede cu totul altceva și anume faptul că, fără nevoile de consum ale populației, n-ar exista afaceri de nici un fel. Faptul că o firmă sau alta merge bine sau prost, în funcție de management și de conjuncturi, este un lucru de înțeles. La nivel microeconomic, cadrul conceptual este destul de restrâns, iar argumentarea destul de stringentă odată ce sunt acceptate premisele demersului: afacerea ca întreprindere privată în economia de piață, având drept unic scop maximizarea profitului prin mijloace legale.

Adoptând o perspectivă mult mai largă, teoriile care definesc businessul la scară macrosocială au nevoie de un cadru conceptual mai vast și mai elaborat, în care să se poată contura – într-o argumentare nu atât de stringentă. – O mare varietate de „responsabilități sociale” pe care businessul trebuie să și le asume, nu motivate de interesul egoist al întreprinzătorilor, ci în virtutea unor funcții și roluri sociale definite prin „contractul social” dintre întreprinzători și ansamblul societății.

Produsele și serviciile tranzacționate pe Internet tind să acopere aproape toate necesitățile umane cu acele bunuri care oferă profitabilitatea cea mai ridicată pentru producător sau comerciant și sunt și cele mai avantajoase pentru consumator. Profitul ridicat în cazul acestor categorii de produse și servicii este dat de lipsa, sau nivelul foarte redus al cheltuielilor de transport/furnizare, depozitare, condiționare, service etc., cât și de ușurința cu care pot fi accesate de consumator.

Locul unde consumatorul se întâlnește cu comerciantul în comerțul electronic este site-ul. Pentru site-urile din domeniul comercial trebuie avut în vedere, cel puțin teoretic (deocamdată), că utilizatorii trebuie să aibă avantajul unei protecții consistente a consumatorului, indiferent de locul de achiziție a produselor. În acest sens, se remarcă necesitatea unei coordonări internaționale privind formularea de reglementări în legătură cu desfășurarea comerțului electronic.

În activitatea de pe Internet s-au remarcat o multitudine de probleme, ca de exemplu nelivrarea produselor sau obstrucția în despăgubirea clienților, ceea ce impune apariția unei terțe părți care să controleze desfășurarea acestei activități. Acest mecanism trebuie să acopere toate organizațiile care desfășoară activități comerciale pe Internet, mecanism care trebuie să fie ușor accesibil, „prietenos”, rapid și recunoscut de toate părțile, inclusiv de guvernele naționale.

Conținutul site-ului este un element esențial și trebuie remarcat că există o sumedenie de elemente care trebuie avute în vedere pentru a putea desfășura o activitate eficientă dar și morală.

Informațiile obligatorii ce trebuie să se regăsească în site (mai ales în cele comerciale) în tangență sunt:

A) Informații despre furnizor - site-ul trebuie să ofere informații detaliate despre furnizor sau/și distribuitor precum și locația geografică (originea) a acestora.

B) Informații despre livrare - site-ul trebuie să ofere informații clare pentru consumator despre țările în care se efectuează livrarea produselor înainte de a se procesa comanda.

C) Informații despre preț - prețul este un element esențial și de aceea site-ul trebuie să afișeze prețul total (cu toate taxele incluse) înainte de a se efectua comanda. În preț trebuie evidențiate și taxele de livrare (transport).



D) Termene și condiții de livrare - termenele și condițiile de livrare sunt elemente care oferă informații importante despre renunțarea la achiziție, plată, termenul de livrare precum și modalitățile de rezolvare a diferendelor dintre părți. Toate aceste elemente trebuie prezentate clientului clar, mai înainte de a se completa comanda.

Comercianții trebuie să includă în conținutul site-ului aceste elemente, care vor evidenția clar termenele și condițiile mai înainte de a fi procesată comandă sau cel puțin un link către pagina unde există acestea, care să preceadă confirmarea. Elementele din această categorie trebuie să fie diferențiate de alte informații astfel, încât clienții să fie asigurați din punctul de vedere al legalității contractului.

E) Legea aplicabilă - în general, consumatorii internaționali consideră că legea care guvernează tranzacția ar trebui să fie aceea a țării consumatorului (aceea cu care acesta este familiarizat). Acest aspect este controversat și se dezbate mult asupra lui. Unii dintre comercianți stipulează în contract legea care este aplicabilă, dar acest lucru nu este unanim acceptat.

F) Confidențialitatea datelor - site-urile trebuie să aibă o politică clară și ușor de înțeles relativ la confidențialitate. Aceasta trebuie să includă următoarele elemente:

- Nu se vor cere, de către ofertant, decât informațiile absolut necesare și rezonabile pentru desfășurarea tranzacției. Consumatorul trebuie să cunoască modul în care informațiile sunt adunate, de ce și cum vor fi folosite acestea.
- Consumatorul trebuie să aibă dreptul de a refuza cererea de informații ulterioare (informații cerute de către vânzător sau organizații adiacente).
- Trebuie să existe o persoană din cadrul organizației ofertante care să răspundă de protecția datelor, persoană de care clienții trebuie să aibă cunoștință.
- Clienții trebuie să aibă posibilitatea de a modifica sau corecta informațiile despre ei.
- Organizația nu trebuie să furnizeze informații despre clienți unei terțe părți.
- E-comerciantul și securitatea web-consumatorilor

Alte elemente importante privesc securitatea tranzacției. Site-ul trebuie să informeze asupra securității tranzacției. Aceste informații trebuie prezentate într-o formă clară și ușor de înțeles. Clientul trebuie asigurat că se găsește într-un mediu sigur. Clienții trebuie informați despre drepturile lor și răspunderea pentru pagubele ce pot apărea dintr-o tranzacție frauduloasă.

Clienții trebuie să aibă dreptul de a returna produsele într-o perioadă de timp specificată, fără a li se cere specificarea motivelor. Toate site-urile trebuie să aibă o politică clară în ceea ce privește returnarea produselor, care să fie evidențiată înainte de comandă. Informațiile despre cum se returnează bunurile trebuie afișate și trimise odată cu acestea la livrare.

Site-ul trebuie să mai conțină informații privind modul în care se pot face plângeri, care este procedura și pe cine să contacteze precum și modalitatea de răspuns. Consumatorii trebuie să cunoască căile și modalitățile de rezolvare a diferendului în cazul în care nu se ajunge la un acord între părți.

În încercarea de a rezolva aceste probleme Internațional Council of E Commerce Consultants a elaborat un cod de etică care exprimă consensul asupra aspectelor etice în comerțul electronic și are ca scop încercarea de a educa atât consumatorii cât și comercianții.

Iată, în continuare, elementele cheie care trebuie agreate de comercianți:

- a) Păstrarea informațiilor confidențiale (informații care au fost dobândite din tranzacții). Nu se vor colecta, publică sau transfera informațiile personale (în particular - liste cu clienți, sau informațiile personale ale clienților cum ar fi: numele, adresele de e-mail, telefoane) unei terțe părți fără acordul clientului.
- b) Se va proteja proprietatea intelectuală.
- c) Oferirea de ajutor, onestitate în activitatea desfășurată.
- d) Desfășurarea activității doar în limitele legii.
- e) Nu se va folosi software obținut ilegal sau nelicențiat.

Comerțul electronic nu mai este nou, el are reguli specifice pe care participanții trebuie să



învețe să le respecte. Cele mai mari responsabilități în asigurarea unui bun comerț electronic le au creatorii și proprietarii paginilor de web ce promovează acest tip de comerț, întrucât bună înțelegere a mesajului și crearea unei atmosfere de încredere depinde de aceștia.

5.4. SISTEMUL INFORMAȚIONAL FINANCIAR-CONTABIL PENTRU MEDIUL DE AFACERI

Prof. ec. Crețu Florina,
Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir”
Suceava, România

Abstract

In market economy, the business entity interacts with business partners, the budgets of different levels, equity holders and other subjects, a process that determines the appearance of financial relations. This, currently, the role of accounting is to provide objective and accurate information to all users, especially owners and leaders of economic entities. Getting full economic information is only possible with the information system, known as a means of gathering, processing, generalization and data transmission. This system is called the principal accounting and information system subsystem. Data on economic activity of the entity are introduced initially in the accounting system, being processed and useful information is generalized in the end to use.

*In the information system the development of processes is ensured by a component of the organizational structure in which specialists, scientific instruments, accounting technique and an information flow between information sources, system's components and decision levels are involved. From the functional point of view, the **information systems** within an organization can be classified into:*

- *Information system for production;*
- *Information system for the commercial activity;*
- *Financial accounting information system;*
- *Information system for the human resources management.*

*The **financial accounting information system** provides managers the financial accounting information on which policy formulation is based on, the development of business plans and the control of activities within the organization and has the purpose of answering legal external requirements and accounting standards. To satisfy the necessary conditions in order to benefit from a reliable financial accounting information system, the conditions that ensure the equity and viability of information must be observed (reality, versatility, concision, synthesis ability, opportunity, operability, precision and safety, efficiency, security, etc.) and eliminates the major deficiencies of the system in exploitation (distortion, filtering and redundancy of the information).*

Keywords: decisional process, information system, financial accounting information system, informative system, managerial activity.

IT pentru mediul de afaceri

Introducere

În condițiile economiei de piață existente, practica de management în organizațiile economice subliniază importanța complementarității dintre management, decizie și sistemul de informații, Scrisoarea depinde de acuratețea și fiabilitatea informației primite de către sistemul financiar contabil ,



componentele fundamentale ale fluxurilor informației necesare utilizatorilor interni și externi a organizației economice.

Decizia o constituie principalul obiectiv al activității de management așa cum se regăsește în toate funcțiile sale (previziune, organizare, antrenării, coordonare, evaluare-control), și chiar mai mult, integrarea organizației în cadrul mediului depinde de calitatea deciziei. În același timp, calitatea procesului decizional influențează reducerea costurilor, eficiența bugetului și creșterea profitului.

După cum se cunoaște, atât din literatura de specialitate cât și din practica și din experiența a multor organizații, calitatea deciziei depinzând de mai mulți factori, printre care sunt cei mai relevanți sunt: calitatea informațiilor care stau la baza fundamentării deciziilor, nivelul de management la care se adresează, urgența, fiabilitatea, precizia, etc.

Finanțele și contabilitatea reprezintă funcția de management specializat funcției responsabile pentru colectarea, înregistrarea și analiza datelor financiare și pentru prezentarea situațiilor financiare și informații ale tuturor tipurilor de manageri și alte persoane din organizație și / sau a persoanelor din afara acesteia.

Sunt informații de interes comun dar și informații care reprezintă interes unei singure categorii de utilizatori la fel ca și tabloul contabilității și regulilor IASB care spun că nu toate cerințele utilizatorilor informației pot fi satisfăcute de către declarațiile financiare. Totuși, investitorii sunt utilizatorii privilegiați. Prin urmare, satisfacerea informațiilor necesare va însemna satisfacerea majorității necesității a altor categorii de utilizatori.

Pe negocierea cu problemele relatate la subiectul din acest articol în ceea ce privește importanța informației contabilității financiare pentru actul managerial, British Galutier și Underdown au apreciat contabilitatea în mod implicit informația financiară contabilă chiar din 1991 ca fiind "cel mai important element al sistemului informațional al organizațiilor" pentru că:

- Sistemul informațional contabil permite managerilor și utilizatorilor externi ai informațiilor contabile să obțină o perspectivă asupra întregii organizații și pentru faptul că,
- Sistemul informațional contabil leagă sistemele de informații importante ale organizației și pot prezenta în bani și termeni de valoare datele înregistrate în contabilitate.

Nevoile de informare ale managerilor sunt acoperite în principal de rapoarte pe baza informațiilor din contabilitatea de gestiune și contabilitatea financiară. Rapoartele sunt întocmite în conformitate cu obiectivele managerului, acestea fiind legate de funcții de conducere, printre care se menționează funcția administrativă, funcția de planificare, funcția de control, funcția de luare a deciziilor.

Sistemul de informare al organizației - Considerații generale

Sistemul de informații este definit ca un set integrat de metode, proceduri și mijloacele utilizate pentru colectarea, transmiterea și procesarea datelor, analiza, stocarea, diseminarea și valorificarea de informații și cunoștințe.

Sistemul de informații ca parte integrantă importantă în dezvoltarea continuă a proceselor financiar-economice a unei organizații, este influențată de o serie de factori intern și externi, considerând faptul că analiștii nu pot să fie considerați un întreg. Știind acest lucru se necesită o analiză detaliată a componentelor, cum ar fi informația, natura și originea acesteia, importanța și utilitatea acesteia, calea unde se intersectează și transformarea pe care o suferă în proces, scopul lor, materialul pe care este bazat, modul în care este colectat, procesarea și depozitarea.

Remarcăm faptul că în condițiile create de Internet, sistemul informatic se detașează de întreprindere și chiar iese din cadrul ei făcând legătura directă cu băncile, cu furnizorii și oferă conducerii date despre mișcările pe care le execută concurența. Conducerea întreprinderii moderne nu se mai mulțumește cu o informare operativă ci dorește prognoze, dorește să prevadă viitoarele mișcări ale concurenței și viitoarea evoluție a pieței ținând cont de ceea ce se petrece în prezent. De aceea chiar dacă nu proiectăm sisteme suport de decizie *sistemele informatice moderne trebuie să iasă din perimetrul întreprinderii.*

Dumitru Oprea⁷⁵ vede relația sistemului informatic cu întreprinderea ca în Figura nr.1 Rolul sistemelor informaționale în conducerea organizațiilor economice

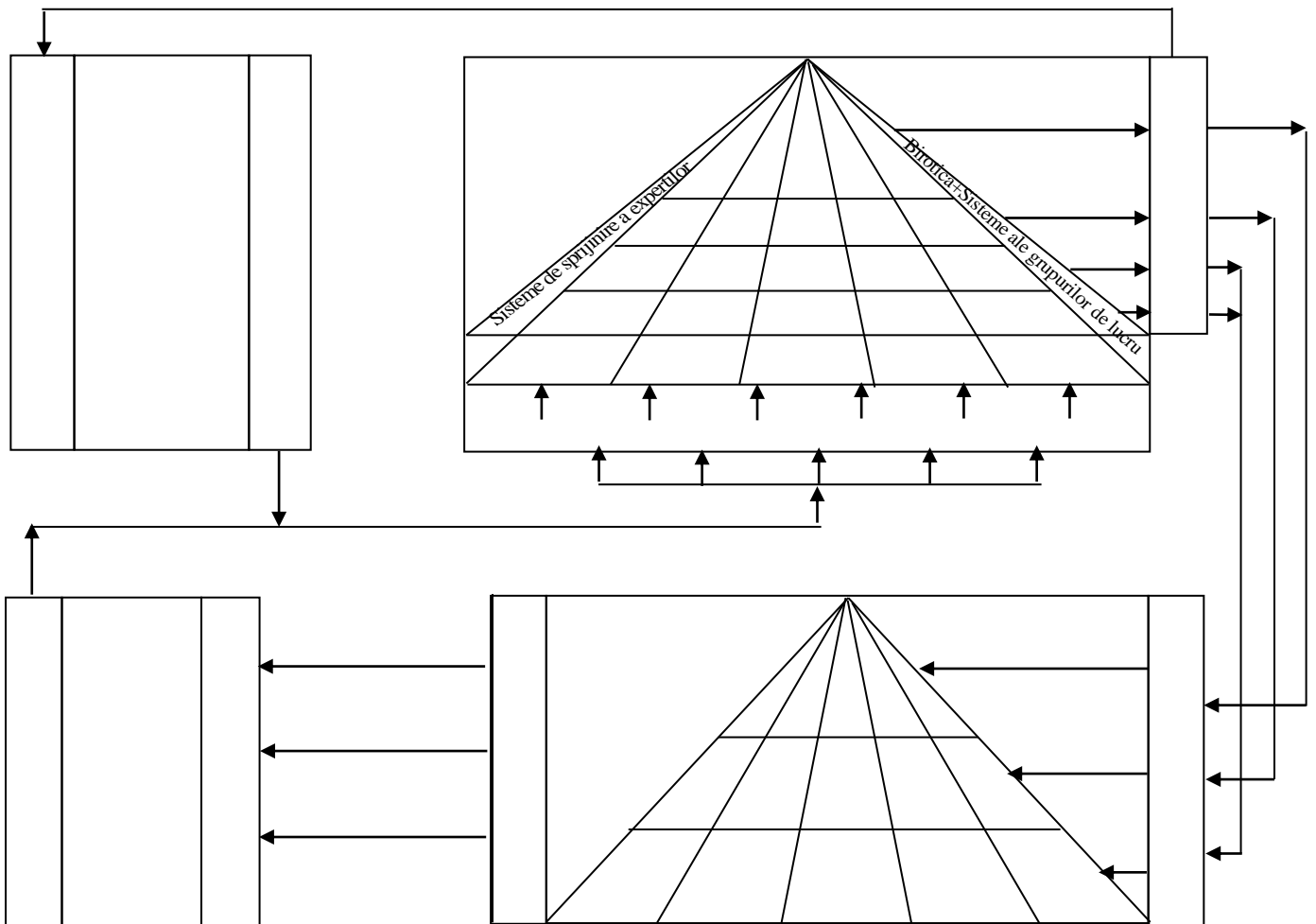


Figura nr. 1:

Un sistem informatic poate fi definit din punct de vedere tehnic ca un set de componente interdependente care colectează, procesează, stochează și difuzează informațiile pentru organismele de luare a deciziilor și de control într-o organizație⁷⁶.

O altă definiție, care ar duce la aceleași idei ar fi faptul că sistemul informațional reprezintă un set de resurse umane, financiare și materiale de colectare și prelucrare a datelor, în scopul de a obține și a transfera informațiile necesare pentru planificarea și controlul activității unei organizații.

Într-un mod practic un flux de informații are loc în cadrul organizației din pozițiile de funcționare din cadrul compartimentelor funcționale diferite față de nivelurile de luare a deciziilor și de la acestea la poziții ca decizii. Un sistem de informații trebuie să conțină informațiile și mediul în care acestea sunt înregistrate, legătura dintre ele fiind extrem de complexă, ceea ce implică faptul că informațiile pot fi înregistrate permanent sau temporar, pot fi editate sau nu, mediile pot fi reproduse, transportabile, disponibile sau nu, în orice moment, fixe sau extensibile. Sistemul de informații asigură informațiile necesare pentru fundamentarea deciziilor, furnizând toate datele care reflectă gradul de realizare a obiectivelor în anumite perioade. De asemenea, se asigură cunoașterea permanentă a proceselor economice în cadrul organizației economice.

⁷⁵ Dumitru Oprea, "Analiza și proiectarea sistemelor informaționale economice", Editura Polirom, București, 1999

⁷⁶ Kenneth C Laudon, Jane P Laudon, *Management Information Systems*, 6th, Prentice Hall, Inc., New Jersey, 2000, pg. 7

După structura organizației, deciziile sunt bazate în fiecare poziție, în respectarea activităților grupate. În luarea deciziilor executantul are nevoie de o serie de informații luate din propriile înregistrări, înregistrări ale altor poziții în organizații sau din mediul extern. Colectarea acestor informații se poate face ad-hoc sau pot fi obținute din sistemul de management. Odată ce informațiile sunt colectate ele sunt procesate de operatori în conformitate cu tehnologia specificată a fiecărei decizii și apoi sunt emise superiorului pentru a lua o decizie la nivel superior pentru a adopta procedura.

Într-un sens practic, o curgere de informații decurge în organizații din poziția operațională în departamentul funcțional către diferite nivele de luare a deciziei.

Un sistem de informații trebuie să conțină informații și mediul înconjurător în care sunt înregistrate, legătura dintre cele două fiind complexă, sugerând faptul că informația poate fi înregistrată permanent sau temporar, poate fi editabilă sau nu mediului înconjurător, poate fi reprodusă, transportabilă, disponibilă sau nu în orice moment.

Obținerea unei bune eficiențe economice de către întreprinderi este condiționată de existența unei conduceri științifice bazată pe o bună cunoaștere a legilor economice, cunoașterea operativă și exactă a cererii și ofertei pe piața internă și externă, a dinamicii prețurilor mărfurilor, a tendințelor tehnologice precum și a modului de utilizare a resurselor de care dispun.

Plecând de la faptul că, pe de o parte, modelele matematice reprezintă componenta științifică a unui sistem informatic, iar pe de altă parte, ținând seama de facilitățile oferite de utilizarea tehnologiei informației și comunicațiilor (TIC) ca o componentă a sistemului informatic, acesta din urmă constituie un adevărat instrument în conducerea științifică a activității economice.

Iată câteva dintre argumentele aduse în favoarea conducerii organizațiilor economice utilizându-se sistemele informatice:

- SI oferă posibilitatea simulării proceselor și fenomenelor economice atât la nivel microeconomic, cât și la nivel macroeconomic. Pot fi elaborate și implementate modele matematice privind prognoza dezvoltării economiei, se pot elabora diferite variante de plan și apoi se poate alege varianta optimă.
- la nivel microeconomic, cu ajutorul SI se corelează în mod armonios resursele disponibile cu obiectivele propuse. (Ex: planificarea reviziilor și reparațiilor capitale, programarea ordonanțării și urmărirea producției, gestiunea stocurilor).
- prin intermediul SI se oferă posibilitatea implementării *principiului selecției și informării prin excepție*. Prin aplicarea acestui principiu se asigură degrevarea factorilor de decizie de o serie de date care de multe ori sunt “sufocante” și nu pot fi utilizate în mod corespunzător. Ex: La aprovizionare avem un nomenclator de materii prime și materiale cu 15.000 poziții – ideea este de a scoate în evidență numai produsele care se abat de la starea normală (stocuri aflate în afara limitelor de alarmă inferioară și superioară) pentru a se evita rupturile de stoc sau imobilizările de mijloace circulante (stocurile supranormative).

Cu cât nivelul de conducere este mai înalt cu atât mulțimea indicatorilor necesari este mai mică, iar indicatorii sunt mai complecși. Conform principiului selecției și informării prin excepție, trebuie selectați doar acei indicatori care sunt necesari și suficienți pentru fiecare nivel decizional.

- SI asigură implementarea unei multitudini de modele matematice și ca urmare a acestui aspect va imprima o sporire a eficienței economice la nivelul unității de referință. Ex: În domeniul comerțului exterior se pot implementa modele privind prospectarea pieței externe, corelarea sarcinii de export cu producția de fabricație de la intern, calculul eficienței economice pe fiecare tranzacție comercială, alegerea ofertei optime.
- prin implementarea SI se înlătură anacronismul referitor la utilizarea forței de muncă. Ex: cca 70-80% din timpul personalului tehnico-funcționăresc este folosit pentru activități de rutină (constatare, consemnare, centralizare de date privind procesele și fenomenele economice) rămânând prea puțin timp pentru activitățile de control, analiză, previziune și comandă (decizie). Datorită utilizării SI factorii de decizie vor dispune de mai mult timp pentru analiza datelor și luarea deciziilor corespunzătoare.



Sistemul informațional asigură informația necesară pentru a forma o decizie, redând toate datele care reflectă gradul de realizare a obiectivelor la anumite perioade. De asemenea, asigură cunoașterea permanentă a procesului economic din interiorul organizației economice.

În concluzie, sistemul informațional al unei organizații **este definită ca un corp** format din specialiști, echipamente și proceduri prin care entitatea colectează, analizează, evaluează și distribuie la timp informații relevante și necesare pentru organizarea deciziilor de bază, control și operare

La nivel micro și macroeconomic proiectarea sistemelor informatice trebuie să aibă în vedere utilizarea bazelor de date, a modelelor matematice, obținând situații finale cu caracter de semnalară preventivă a abaterilor față de starea normală, toate acestea reprezentând o formă științifică de conducere. Această concepție schimbă întregul sistem informațional, transformându-l dintr-un instrument pasiv de constatare, consemnare și analiză a unor fenomene și procese economice deja petrecute, într-un instrument activ de previziune, comandă și control al acestora.

Sistemul contabil informații financiare: piatră de hotar în activitatea organizației

Luând în considerare faptul că sistemul contabil al unei țări este influențată de o serie de factori, cum ar fi sistemul juridic, modul dominant al organizațiilor de finanțare, sistemul de impozitare, nivelul inflației, sistem economic, politic etc., generând diferențe între sistemele contabile ale țărilor, și fi mai specific, România și, implicit organizațiile mari care pot transforma internațional, a fost luat decizia de a se conforma sistemului contabil național cu directivele europene, și anume a patra directivă care stabilește o serie de opțiuni în ceea ce privește situațiile financiare, regulile de evaluare, și cerințe privind comunicare financiară, precum și a șaptea directivă care stabilește obiective privind normele pentru întocmirea situațiilor financiare ale grupurilor de societăți prin intermediul conturilor consolidate.

Contabilitatea și mediul social economic în care aceasta operează reciproc, fiind într-o relație de interdependență și influențându-se una pe cealaltă. Profesori B. ESNAULT și Ch. Hoarau (1994) ⁷⁷ a identificat în contabilitate următoarele paradigme:

- Abordarea inductiv, ceea ce implică faptul că elaborarea teoriei contabile este făcută prin generalizarea observațiilor furnizate de practicile contabile;
- Abordarea indiferentă, presupune definirea preliminară a obiectivelor din care postulează, convențiile, metodele și normele contabile sunt derivate;
- Abordarea predictivă, constă în metode contabile de testare și reguli, în funcție de capacitatea lor de predicție, facilitând astfel procesul de luare a deciziilor;
- Abordarea comportamentală și abordarea psihologică, care se ocupă de studiul reacțiilor utilizatorului individual atunci când informațiile contabile sunt publicate și pune accentul pe relevanța informațiilor contabile în procesul de luare a deciziilor;
- Abordarea economică a informațiilor consideră informațiile contabile ca un activ economic;
- Abordarea sistematică a contabilității clarifică definiția acesteia, atât la nivel microeconomic cât și la cel macroeconomic, ca un sistem de informare (set de resurse umane și materiale), care să permită colectarea, prelucrarea, stocarea și comunicarea informațiilor, în scopul de a adopta decizii.

Dubla reprezentare a realității informațiilor contabile în sistemul informațional contabil (intern și extern), redă imaginea organizației pe exterior, prin contabilitatea financiară sau generală, iar pe de altă parte, ea face ca procesele interne prin contabilitatea de gestiune. Sistemul de contabilitate Management este proiectat pentru a satisface nevoile interne ale organizației, dar cele două sisteme trebuie să fie combinate, astfel încât acestea să asigure integritatea și acuratețea informațiilor produse. Contabilitate financiară are rolul de înregistrare a tranzacțiilor unei organizații cu mediul său extern, pentru a determina în mod periodic și sistematic situația financiară și rezultatele operațiilor efectuate; informațiile financiare contabile sunt retrospective și sunt făcute publice, în conformitate cu legislația în vigoare.

Luând în considerare rolul și funcțiile contabilității financiare, cât și pe cele ale contabilității de gestiune, putem spune că aceste două componente de informare sunt complementare și facilitează o

⁷⁷ Niculae Feleagă, Ion Ionașcu, Tratat de contabilitate Financiară, vol. I, Publishing House Economică 1998, pag. 17



conducere eficientă și economică a unei organizații, prin informațiile pe care le furnizează, acestea contribuie la adoptarea deciziei manageriale.

Sistemul informațional contabil financiar oferă managerilor informațiile contabile financiare pe care formularea politicii, dezvoltarea planurilor de afaceri și controlul activităților în cadrul unei organizații se bazează.

Concluzii

1. Administrația organizatoare cu respect de criza economică are nevoie de decizii substanțiale, bazate pe un sistem de informații reale, pertinente și relevante, care sunt furnizate în mod corespunzător.

2. Una dintre marile probleme pe care un manager eficient se confruntă depinde de deciziile liderului la diferite niveluri ierarhice ale organizației și de la introducerea unui produs până în etapa finală, de-a lungul încasării valorii produsului sau al serviciului care este furnizat în relația directă cu acuratețea și veridicitatea informației furnizate de către sistemul financiar-contabil.

3. Organizația economică cuprinde în special procese complexe și activități care sunt dezvoltate constant în cadrul unei rețele geografice importante, care implică considerabile resurse umane, financiare și materiale, evenimente care sunt greu de prevăzut și necesitând construirea **unui sistem flexibil de informații** pentru cerințele, întâlnirile pieței și pentru creșterea calității serviciilor furnizate pentru clienții săi.

4. **Sistemul informațional contabil** reprezintă un set de postulate, principii și norme de evaluare ale unei organizații prin instrumente financiare, tehnice și contabile. Sistemul informațional contabil identifică legături, calcule, analize, registre și furnizează toate informațiile ce au legătură cu tranzacțiile sau evenimente care au loc în centrul administrativ, fiind dată o anumită perioadă de timp. Acest sistem permite identificarea, analizarea, calcularea, diversificarea, înregistrarea și revizuirea evenimentelor și tranzacțiilor. Sistemul informațional contabil este influențat de natura activității și de cei care operează, de mărimea sa, de volumul de date procesate, administrarea și necesitățile utilizatorilor externi de informații.

Bibliografie

- Boulescu, M., Fusaru, D., Gherasim; Z., *Auditul Sistemelor Informatice Financiar Contabile*, Publishing House Tribuna Economică, Bucharest 2005.
- Briciu, S., *Contabilitatea Managerială*, Publishing House Economica, Bucharest 2006.
- Gîrbină, M.M., Bunea, Ș., *Sinteze studii caz și teste grilă privind aplicarea IAS revizuite – IFRS*, Vol. I, Publishing House CECCAR 2007.
- I. Jianu, *Evaluarea, prezentarea și analiza performanței întreprinderii – O abordare din prisma Standardelor Internaționale de Raportare Financiară*, Publishing House CECCAR, Bucharest, 2007.
- Kenneth C Laudon, Jane P Laudon, *Management Information Systems*, 6th , Prentice Hall, Inc., New Jersey, 2000.
- Michel Gervais, *Contrôle de gestion*, 5edition, Economica, Paris 1994
- M. Ristea, *Normalizarea contabilității - bază și alternativ*, Publishing House Tribuna Economică, Bucharest, 2002.
- Niculae Feleagă, Ion Ionașcu, „*Tratat de contabilitate Financiară*”, vol. I, Publishing House Economica 1998



SECȚIUNEA A VI-A
COMPETIȚIA
"BUSINESS PLAN", O
OPORTUNITATE DE
FORMARE ÎN
DOMENIUL
EDUCAȚIEI
ANTREPRENORIALE

6.1. F.E. ART PEISAJ S.R.L., UN EXEMPLU DE BUNĂ PRACTICĂ DEZVOLTAT PRIN COMPETIȚIA BUSINESS PLAN

Prof. Bocanci Florența
Colegiul „Vasile Lovinescu”
Fălticeni, jud. Suceava, România

Abstract

Motto: "Life is the art of drawing without an eraser! "

*Our company was set up in 2011, with its main activity **landscape architecture services**, and until now has had a continuous development.*

*The company address is: **College "Vasile Lovinescu" Fălticeni** Major Ioan Street, no. 10 Suceava and its **nominal share capital** contains **140,000 lei(our coins)**, divided into **1400** shares, each with an equal value of **100 lei**. Each associate has a number of **50** shares.*

***Vision:** We intend to hold a significant share of the market in FE floral arrangements, decorations, landscaping (5%) in the next two years of activity; F.E. will reach a significant rate of turnover (10,000 lei).*

***Mission:** Offering design services, development and conservation of green spaces and selling ornamental trees and shrubs, floral arrangements to satisfy all customer needs.*

***Strategy:** Customer loyalty using an appropriate advertising policy with a high quality standard: products/ processes certification and accreditation.*

Our company policy considers more important the environmental and consumer protection, so it sustains and promotes the use of organic products, which actually represents the lifestyle tendency within a few years.

***We are at the 3rd year of F.E.'s activity.** In the first year we tried and managed to reach our intended goals and by the end of the year we have exceeded the registered breakeven*

*In 2012-2013 school year, we continued the economic and financial activity, we participated to the **County Fair** of exercising companies, organized by our college, we won the **first prize** in these next fases: local, county (Suceava) and regional (North-East region) at the **Business Plan Competition**, and the 3rd prize at the F.E Art Pesisaj S.R.L national phase.*

*In this school year, the company was taken over by the XII SB class, and up to this time, beside our normal displayed activity, we attended the **Regional Fair FE from Pașcani-Iași**, during 3 and 4 April 2014, where we won **two first prizes, four second prizes and two third prizes**, at the organized sections.*

Our market because of the increased requests of landscaping, which are being adored by customers of all ages. business is viable for on a long term and it has great chances of developing on the real.



Din nevoia de a le dezvolta abilitățile practice de antreprenoriat și din necesitatea punerii în practică a cunoștințelor teoretice, în anul școlar 2011-2012, subsemnata, profesor Bocanci Florența, am implementat la clasa a XI-a S.A. proiectul „Firma de exercițiu „ART PEISAJ” – rampă de lansare în afaceri”.



Obiectivul general al proiectului a fost educarea și formarea tinerei generații prin apropierea de activitatea practică și de realitatea economică, promovând dezvoltarea unei gândiri și atitudini antreprenoriale.

Grupul țintă a fost reprezentat de cei 28 de elevi ai clasei a XI-a S.A., cadrele didactice de specialitate care predau la clasa respectivă și cele care au calitatea de profesor coordonator al celorlalte firme de exercițiu din școală.

Proiectul s-a derulat în perioada 2011-2015.

Activitățile propuse în proiect au fost: Firma de exercițiu – „cea mai bună practică”; Înființarea Firmei de exercițiu „Art Peisaj” S.R.L.; Organizarea structurii F.E. „Art Peisaj” S.R.L.; Tehnici de angajare a personalului în firma de exercițiu; Participarea F.E. „Art Peisaj” S.R.L. la Târgul local al firmelor de exercițiu; Derularea de tranzacții între firmele de exercițiu din școală și din țară; Întâlniri cu partenerii de afaceri prin contacte directe datorită participării la competiția Business Plan; Întărirea relațiilor de colaborare cu mediul real de afaceri; Analiza situației economico-financiare a F.E. „Art Peisaj” S.R.L. la sfârșitul anului școlar.

Firma noastră s-a înființat în anul 2011, având ca principal obiect de activitate *serviciile de arhitectură peisagistică*, cunoscând până în prezent o dezvoltare continuă.

Adresa firmei este: *Colegiul „Vasile Lovinescu”, Fălticeni, str. Maior Ioan, nr. 10, jud. Suceava*, iar *capitalul social este de 140.000 lei, împărțit în 1400 părți sociale, fiecare având valoare egală de 100 lei*; fiecare asociat deține un număr de 50 părți sociale.

Viziune: Ne propunem ca în următorii 2 ani de activitate să deținem o pondere însemnată din piața F.E. în domeniul aranjamentelor florale, decorațiunilor, amenajărilor spațiilor verzi (5%); F.E. va atinge un nivel însemnat al cifrei de afaceri (10.000 lei).

Misiune: Oferirea de servicii de proiectare, amenajare și întreținere spații verzi, și oferirea spre comercializare a arborilor și arbuștilor ornamentali, aranjamentelor florale, care să satisfacă toate nevoile clienților.

Strategie: Fidelizarea clienților prin politici adecvate de promovare și printr-un standard ridicat de calitate: certificare și acreditare a produselor/proceselor.

Politica firmei noastre consideră majoră protecția mediului și a consumatorului, motiv pentru care susține și promovează folosirea de produse bio, care este de fapt tendința stilului de viață al următorilor ani.

Suntem la cel de-al III-lea an de activitate al F.E. În primul an, am încercat și am reușit să atingem obiectivele propuse, ajungând la sfârșitul anului să depășim pragul de rentabilitate înregistrat.

Desfășurarea activităților a avut în vedere ca elevii să beneficieze de o instruire optimă care deservește atât școala, ajutând la împlinirea scopurilor ei, mediul de afaceri al orașului, cât și integrarea absolvenților astfel formați în viața profesională.

Metoda de învățare „firma de exercițiu” reprezintă o bază de formare care să satisfacă cerințele pieței muncii, aflate în concordanță cu standardele europene.

Obiectivul general al învățării prin firma de exercițiu îl reprezintă dezvoltarea spiritului antreprenorial, prin:

- familiarizarea elevilor cu activitățile specifice unei firme reale;
- simularea operațiunilor și proceselor economice specifice mediului real de afaceri;
- perfecționarea limbajului de afaceri;
- dezvoltarea de competențe și atitudini necesare unui întreprinzător dinamic: creativitate, gândire critică, rezolvarea de probleme, luare de decizii, asumarea responsabilității, lucrul în echipă, inițiativă, perseverență, autoorganizare și autoevaluare a resurselor individuale, flexibilitate.

Obiectivele specifice ale aplicării acestei metode de învățare se referă la:

- dezvoltarea spiritului antreprenorial al elevilor din învățământul profesional și tehnic;
- facilitarea trecerii absolvenților învățământului profesional și tehnic de la școală la viața activă;



- dezvoltarea spiritului antreprenorial al adulților prin programele de formare profesională continuă.

Implementarea conceptului de „firmă de exercițiu” își propune crearea **tipului de întreprinzător dinamic**, capabil să dezvolte un nou proces de producție, să aducă pe piață un nou produs sau serviciu sau să descopere o nouă cale de distribuție.

Rezultatele preconizate în urma aplicării acestei metode sunt:

- ✓ creșterea gradului de inserție a absolvenților pe piața muncii;
- ✓ reducerea perioadei de acomodare la locul de muncă;
- ✓ adaptabilitate mai bună la schimbarea locului de muncă;
- ✓ flexibilitate;
- ✓ asumarea inițiativei și a riscului.

Firma de exercițiu în învățământul profesional și tehnic, reprezintă o componentă a curriculumului național pentru profilul Servicii și a curriculumului în dezvoltare locală pentru celelalte profiluri. La nivel extracurricular elevii participă la târguri interne și internaționale ale firmelor de exercițiu.

Elevii au fost instruiți într-un cadru atractiv, creativ, interactiv și au participat voluntar și motivat la propria formare. Și-au format spiritul antreprenorial, și-au asumat riscuri și responsabilități, pentru o piață a muncii aflată într-o continuă schimbare.

S-au intensificat acțiunile de transmitere mai eficientă a cunoștințelor de specialitate, metodice, lingvistice, competențele - cheie privind acțiunea autonomă, capacitatea de adaptare, sentimentul răspunderii, spiritul de echipă, capacitatea de conducere.

În anul școlar 2012-2013, firma de exercițiu, înființată cu un an în urmă, **la nivelul clasei a XI-a S.A. (actualmente a XII-a S.A.), se înscrie pentru a participa la competiția BUSINESS PLAN, faza pe școală, unde ocupă locul I.**

În perioada 2011-2013, partenerii proiectului (competiției **BUSINESS PLAN**) au fost: Centrul Național de Dezvoltare a Învățământului Profesional și Tehnic, Ministerul Educației, Cercetării și Tineretului, Centrala Rețelei Firmelor de Exercițiu/Întreprinderilor Simulate – ROCT, KulturKontakt Austria, Patronatul Tinerilor Întreprinzători din România și Asociația „EURO 26”. Pe parcursul acestor ani școlari, partenerii au organizat patru ateliere de lucru pentru elevii și profesorii coordonatori, în vederea dezvoltării competențelor antreprenoriale, a abilităților de comunicare și a transferului de bune practici, în vederea elaborării unui plan de afaceri în concordanță cu cerințele mediului de afaceri real.

În raport cu competențele care se pot dobândi prin firma de exercițiu, competiția Business Plan facilitează:

- ❖ valorificarea spiritului antreprenorial, a inițiativei stimulate prin firma de exercițiu (virtual) în condiții reale;
- ❖ familiarizarea elevilor cu activitățile specifice mediului real economic;
- ❖ asumarea riscului utilizând instrumentele specifice managementului riscului;
- ❖ dezvoltarea unor competențe necesare unui întreprinzător dinamic: gândirea critică, luarea deciziilor, asumarea responsabilităților, autoorganizarea și autoevaluarea resurselor individuale;
- ❖ promovarea colaborării dintre firmele de exercițiu și mediul economic real;
- ❖ încurajarea competiției și a competitivității firmelor de exercițiu implicate.

Pe data de 14 martie 2013 a avut loc la Colegiul Economic ”Dimitrie Cantemir”, Suceava, *faza județeană* a Competiției **BUSINESS PLAN**, la care **F.E. ART PEISAJ S.R.L.** a ocupat **LOCUL I**, calificându-se pentru faza regională.

Echipa care a reprezentat firma de exercițiu la competiție a fost constituită din elevele de clasa a XII-a: Maxim Andreea și Gafincu Cosmina Vasilica.

În a doua parte a lunii aprilie 2013, echipa firmei de exercițiu a fost invitată să participe la un atelier de lucru, la Iași. Alături de celelalte firme care au ocupat primele trei locuri la fazele județene din regiunea de N-E a țării, atât profesorii coordonatori, cât și elevii, și-au dezvoltat



competențele și abilitățile de comunicare în vederea transferului de bune practici și a elaborării unui plan de afaceri în concordanță cu cerințele mediului de afaceri real.

Pe data de 30 aprilie, la Colegiul Economic Administrativ din Iași s-a desfășurat *etapa regională*, iar firma de exercițiu ocupă, din nou, **LOCUL I**. Astfel, ajunge la Focșani, în județul Vrancea, la **etapa națională**, din perioada 5-7 iunie. Aici, echipa Colegiului „Vasile Lovinescu” obține **LOCUL III pe țară**, cele doua eleve, **Maxim Andreea și Gafincu Cosmina Vasilica demonstrând că nimic nu este la întâmplare și că punând la un loc munca, pasiunea, priceperea, competențele antreprenoriale poți ajunge alături de cele mai bune firme de exercițiu din țară, care au întocmit și prezentat unele dintre cele mai eficiente planuri de afaceri.**

Mulți ar fi de părere că a fost o experiență benefică pentru ambele părți, însă, aș mai adăuga că rezultatul a reprezentat, în același timp, întruchiparea atâtor ani de muncă și dedicare, respectiv de efort constant pe întreaga perioadă a desfășurării competiției din partea elevilor participante.

Până în prezent, pe lângă activitatea obișnuită desfășurată, firma a participat la Târgul local al F.E., organizat de colegiul nostru, Târgul regional al F.E. de la Pașcani –Iași, în anii 2014 și 2015, la Târgul Internațional al F.E. la București – mai 2014, la concursul județean „Inițiativa în afaceri” – Suceava, unde a obținut mai multe premii și mențiuni, la secțiunile organizate.

Afacerea noastră este viabilă pe termen lung și are mari șanse de dezvoltare pe piața reală, deoarece cererea de amenajări peisagistice este în continuă creștere, acestea fiind în topul preferințelor clienților, indiferent de vârstă.

Bibliografie:

- 1) www.roct.ro

6.2. PRIMII PAȘI ÎN CARIERĂ PRIN FIRMA DE EXERCITIU

Prof. Crina Ciobanu
Colegiul Economic Administrativ
Iași, România

Abstract

The globalization and development of the competitive markets have highlighted the need for multi-skilled human resources which exhibit flexibility and professionalism.

*School is obliged to provide with highly trained young people for the labor market, who should be able to adapt easily to labor market requirements . One of the most appropriate methods to prepare young people is the **exercise company**, which " is an interactive method of learning to develop entrepreneurship, a modern concept to implement interdisciplinary knowledge and an approach to teaching and learning process which ensures conditions for probation and deepen practical skills acquired by students in their training . "*⁷⁸

Turning ideas into action , it must be based on a mental attitude accompanied by skills. Through an exercise firm, we aim to familiarize students with specific activities of a real company, to stimulate economic operations and processes specific to the real business environment, to improve business language, to develop necessary skills and attitudes for a dynamic entrepreneur, such as: creativity,

⁷⁸ Ghidul firmelor de exercițiu



critical thinking, problem solving, decision making, responsibility, teamwork, initiative and perseverance .

School must prepare young people to do things on their own, to use the resources at hand, to innovate, explore, try, fail and try again. School must teach young people to be entrepreneurs.

Globalizarea și dezvoltarea piețelor concurențiale a adus în prim plan necesitatea unor resurse umane policalificate, care manifestă flexibilitate și profesionalism.

Școala are obligația să furnizeze pe piața muncii, tineri foarte bine pregătiți care să se adapteze ușor la cerințele pieții muncii. Una dintre metodele cele mai potrivite pentru a pregăti tinerii, este **firma de exercițiu**, care “reprezintă o metodă interactivă de învățare pentru dezvoltarea spiritului antreprenorial, o concepție modernă de aplicare interdisciplinară a cunoștințelor, o abordare a procesului de predare-învățare care asigură condiții pentru probarea și aprofundarea practică a competențelor dobândite de elevi în pregătirea profesională”⁷⁹.

Firma de exercițiu reprezintă o simulare a unei firme reale. Este înființată de către elevi și coordonată de cadrele didactice. Activitatea ei se desfășoară conform legislației în vigoare pentru firmele reale și este supervizată de Centrala Rețelei Firmelor de Exercițiu (ROCT), prin intermediul unei platforme virtuale.

Metoda "Firma de exercițiu" se caracterizează prin două aspecte definitorii:

- unul virtual - prin faptul că în cadrul firmelor de exercițiu nu există bani sau bunuri;
- unul real - se respectă uzanțele comerciale, fluxul informațional, documentele și circuitul acestora precum într-o firmă propriu-zisă.

Transformarea ideilor în acțiuni, trebuie să aibă la bază o atitudine mentală însoțită de competențe. Prin firma de exercițiu se urmărește familiarizarea elevilor cu activitățile specifice unei firme reale, simularea operațiunilor și proceselor economice specifice mediului real de afaceri, perfecționarea limbajului de afaceri, dezvoltarea de competențe și atitudini necesare unui întreprinzător dinamic precum: creativitatea, gândirea critică, rezolvarea de probleme, luarea de decizii, asumarea responsabilității, lucru în echipă, inițiativă și perseverență.

Avantajele firmelor de exercițiu

Printre avantajele firmei de exercițiu, identificăm avantaje pentru elevi și avantaje pentru agenții comerciali care îi sprijină (sau care ar trebui să-i sprijine). Cel mai important aspect al firmei de exercițiu este faptul că permite elevilor să pună în aplicare noțiunile teoretice pe care le-au învățat la clasă, dar și obișnuirea acestora cu asumarea responsabilității pentru acțiunile sau deciziile pe care le iau în legătură cu firma de exercițiu. Învăță să rezolve probleme ce apar pe parcursul activității în firmă, probleme cu care nu s-au întâlnit în manualele școlare.

Astfel, elevii își formează deprinderi și abilități, își însușesc competențe cheie, cum ar fi capacitatea de a lucra în echipă, gândire interdisciplinară, competențe de comunicare și relaționare instituțională. Mai mult de atât, obțin abilități profesionale, o flexibilitate necesară pe piața muncii și pot descoperi o afinitate față de un anumit loc de muncă. Competențele obținute pot determina reducerea perioadei de acomodare la locul de muncă, familiarizarea cu sarcinile înscrise în fișa postului, lucru benefic atât pentru angajatori cât și pentru viitorii angajați.

Activitatea specifică din firma de exercițiu se desfășoară în cadrul orelor de laborator tehnologic în învățământul profesional și tehnic, profil servicii, reprezentând o componentă a curriculumului național pentru clasa a XI-a și a XII-a și a curriculumului în dezvoltare locală pentru celelalte profiluri.

⁷⁹ Ghidul firmelor de exercițiu



În anul școlar 2015-2016, am coordonat activitatea a trei firme de exercițiu: FE FIRST IT SRL, a clasei a XI-a B, FE PRO-SAFETY SRL, a clasei a XI-a C și FE BIRO-SHOP SRL, a clasei a XI-a G, din cadrul Colegiului Economic Administrativ Iași. Activitățile în cadrul firmei de exercițiu au debutat în septembrie 2015 prin alegerea ideii de afaceri.

Propun spre exemplificare **exercițiul-joc de identificare a ideii de afaceri „Roata cuvintelor“**

Obiectivele exercițiului:

- să stimuleze creativitatea elevilor prin schimbul de idei;
- să implice și să încurajeze elevii în procesul de stabilire a ideii de afaceri a firmei de exercițiu;
- să dezvolte gândirea critică a elevilor;
- să motiveze elevii.

Desfășurare:

Pregătire

- participanții se așază pe 2 cercuri concentrice față în față;
- participanții din cercul din mijloc, „creativii” (au idei de afaceri), sunt în cercul din mijloc, iar cei de pe margine sunt potențialii clienți;
- se face alocarea sarcinilor de lucru;

Exemplu: **„Identificați idei de afaceri pe care ați dori să le dezvoltați în firma de exercițiu, ținând cont de așteptările clienților.“**

Realizare

- fiecare pereche de participanți (situată față în față) discută pe marginea temei date;
- după o anumită perioadă, moderatorul (profesorul coordonator), cere participanților din cercul interior să se mute cu o poziție în dreapta și să discute cu persoana nouă pe care o au în față;
- procesul se repetă până când toți participanții-pereche schimbă idei între ei;
- fiecare participant își exprimă ideile personale, le discută cu colegul din față și le notează pe o listă.

Evaluare și feedback

- după ce s-a încheiat procesul de finalizare a discuțiilor, se cere „creativilor” să prezinte ideea de afacere apărută în urma celor mai frecvente nevoi;
- participanții realizează în PowerPoint un material în care să prezinte 4 premise ale succesului viitoarei idei de afaceri;
- au loc prezentări și discuții în plen folosind regulile de moderare, de către 2 voluntari.

Soluție-model:

- se realizează pe flipchart o diagramă în care se notează ideile de afaceri predominante pe domenii de activitate/nevoi ale clienților:

DOMENII DE ACTIVITATE	NEVOILE CLIENȚILOR
<ul style="list-style-type: none">• turism;• alimentație publică;• comerț cu produse alimentare/realimentare;• servicii de asigurări, consultanță financiară.	<ul style="list-style-type: none">• petrecerea timpului liber;• participarea la evenimente;• satisfacerea nevoii de hrană;• satisfacerea nevoii de confort.

- au loc prezentări și discuții în plen.

Alte activitati desfășurate în cadrul firmei de exercițiu

Negocierea contractului de închiriere a spațiului de desfășurare a activității în firma de exercițiu este momentul în care elevii sunt puși în situația de a se comporta asemeni negociatorilor din mediul real de afaceri. Prezența în cabinetul directorului școlii, îi determină să fie foarte atenți la ținută, atitudine, comportament, modul de comunicare verbală și nonverbală.



Negocierea contractului de închiriere

Realizarea dosarului de candidatură pentru ocuparea unui post în firma de exercițiu este un alt moment important, deoarece elevii se află în situația de a realiza un CV - model european, precum și o scrisoare de intenție prin care să convingă că sunt cei mai potriviți pentru postul vacant din cadrul firmei de exercițiu.

Competențele de comunicare sunt exersate prin participarea elevilor la **procesul de recrutare și selecție** pentru angajarea în firma de exercițiu, activitate în care rolurile de interviewer și intervievați sunt jucate de elevi după o informare prealabilă cu privire la modul de desfășurare a interviului de angajare.



Stabilirea structurii organizaționale și **Interviul de angajare** este activitatea care completează formarea competențelor antreprenoriale ale acestora. Realizarea fișei postului, a ofertei de produse, a materialelor publicitare, precum și realizarea unui site al firmei de exercițiu și a unui spot publicitar sunt activități pe care elevii le exersează în departamentele: comercial, marketing și resurse umane. Operarea documentelor contabile ale firmei de exercițiu se realizează în compartimentul de contabilitate.



Biro Shop



First IT

Sigle ale FE create de elevi

Pregătirea pentru un târg al firmelor de exercițiu reprezintă o altă provocare pentru elevii care își exersează competențele antreprenoriale prin firma de exercițiu. Întâlnirea unor parteneri de afaceri și comunicarea directă cu aceștia este posibilă numai prin intermediul târgurilor. Elevii pot conduce în mod real negocieri, învață să facă afaceri și își dezvoltă încrederea în forțele proprii, exersează competențele de prezentare în public, își dezvoltă spiritul de echipă.

Târgul Firmelor de Exercițiu “Pași spre succes” este organizat de Colegiul Economic Administrativ Iași. În anul școlar 2015-2016 a ajuns la cea de-a III-a ediție, reușind să fie înscris în Calendarul Activităților Educative Naționale.

Activitatea educativă este realizată în parteneriat cu: ISJ Iași, Universitatea “Al. I. Cuza” Iași, Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor, Europe Direct Iași și nu în ultimul rând cu ajutorul partenerilor din mediul de afaceri ieșean: SC ABplus Events SRL (Eusebia și Florin Mindirigiu), SC Econt SRL (Sorin Craciunescu), SC Shatter SRL (Ianoș Gheza).

Secțiunile târgului, organizate sub forma unui concurs sunt: prezentarea firmei de exercițiu în limba română, prezentarea firmei de exercițiu în limba engleză, catalog, materiale publicitare, site, spot publicitar, stand și tranzacții.

În concluzie, școala trebuie să-i pregătească pe tineri pentru a face lucruri pe cont propriu, pentru a utiliza resursele aflate la îndemână, a inova, a explora, a încerca, a eșua și a încerca din nou. Școala trebuie să-i învețe pe tineri să fie antreprenori.

Bibliografie:

*** CNDIPT - *Ghidul firmei de exercitiu – Cea mai buna practica!*

*** www.roct.ro



Târgul Firmelor de Exercițiu “Pași spre succes” în imagini



6.3. FIRMA DE EXERCİȚIU -- FORMULA SUCCESULUI ÎN DOMENIUL INIȚIERII UNEI AFACERI

**Dir. prof. Rodica Munteanu
Prof. Alina-Maria Iacoboaia
Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir”
Suceava, România**

Abstract

Training firm is a method of interactive and innovative learning, aimed at high school students in education, aimed at setting up virtual companies following the model of real firms and the approach applied to learning, the development of entrepreneurship, a modern integration and application of interdisciplinary knowledge. The concept of "training firm" is found in most European Union countries.

Training firm is a modern educational concept for service domain that develops high school students' entrepreneurship. The Economic College “D. Cantemir” has some training firm which aims



at familiarizing high school students with real company specific activities, simulation of economic processes, problem solving, critical thinking, teamwork, initiative, creativity.

High school students are at the center of the educational process. They will acquire new knowledge and skills, they will learn and will reach general and specialized skills. These acquisitions will play an important role in their development as active citizens, able to satisfy the ever increasing and diversified labour market.

Each training firm is divided into departments, and high school students carry out their activities. These training firms take part in various competitions, contests and fairs both locally and nationally.

ECO-BUCOVINA intends to market launch on the Suceava market. It currently has no competitor on the local market. The uniqueness of a company launched in Suceava will make a profit as long as the demand for such products is evolving to a words healthy lifestyle.

The 11th grade high school students, represented by Anamaria Cojocar and Cebotari Victor presented the business plan of the F.E. Eco-Bucovina. Under the guidance of the teachers Munteanu Rodica and Iacoboaia Alina, training firm Eco-Bucovina was awarded the 4th Mention in the "Business Plan" the national phase in 2015 held in Bucharest.

Contest Business Plan is a cooperative project between the Ministry of Education, National Center for Development of Vocational and Technical Education and the National Center for Enterprise Simulate / Training Firms-ROCT, KulturKontakt Austria, Employers Young Entrepreneurs of Romania Association "EURO 26". Participants in the national stage of the competition received prizes. It consists of the design, delivery and evaluation of business plans designed for training firms. The project aims to facilitate insertion on the labor market of students through a series of actions that could lead to increasing employmen opportunities and developing their personal and professional skills in order to improve the transition from school to an active life.

Firma De Exercițiu (FE) reprezintă o metodă interactivă și inovatoare de învățare, care se adresează elevilor din învățământul preuniversitar, care vizează înființarea de firme virtuale după modelul firmelor reale, urmărind abordarea aplicată a învățării, pentru dezvoltarea spiritului antreprenorial, o concepție modernă de integrare și de aplicare interdisciplinară a cunoștințelor. Accepțiunea „firmă de exercițiu” se regăsește la majoritatea țărilor Uniunii Europene.

Firma de exercițiu este un concept educațional modern pentru profilul servicii ce dezvoltă la elevi spiritul antreprenorial. Prin „Firmă de exercițiu” la Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir” se urmărește familiarizarea elevilor cu activitățile specifice unei firme reale, simulării proceselor economice, rezolvare de probleme, gândire critică, lucru în echipă, inițiativă, creativitate.

Elevii sunt în centrul procesului educațional, vor dobândi cunoștințe noi, vor deprinde abilități și vor atinge competențe generale și specializate. Aceste achiziții vor juca un rol important în formarea lor ca cetățeni activi, capabili să satisfacă cerințele tot mai ridicate și diversificate de pe piața educațională și apoi cea a muncii.

Tabel 1 Competențele generale și cele specifice vizate prin firma de exercițiu

Competența generală vizată prin firma de exercițiu o reprezintă dezvoltarea spiritului antreprenorial, prin:	Competențe specifice ale aplicării acestei metode de învățare se referă la:
<ul style="list-style-type: none">familiarizarea elevilor cu activitățile specifice unei firme reale;simularea operațiunilor și proceselor economice specifice mediului real de afaceri;perfecționarea limbajului de afaceri;	<ul style="list-style-type: none">dezvoltarea spiritului antreprenorial al elevilor din învățământul profesional și tehnic;facilitarea trecerii absolvenților învățământului profesional și tehnic de la școală la viața activă;

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • dezvoltarea atitudinii necesare unui întreprinzător dinamic: creativitate, gândire critică, rezolvarea de probleme, luare de decizii, asumarea responsabilității, lucrul în echipă, inițiativă, perseverență, auto-organizare și auto-evaluare a resurselor individuale, flexibilitate. | <ul style="list-style-type: none"> • Implementarea conceptului de “firmă de exercițiu” își propune crearea tipului de întreprinzător dinamic, capabil să dezvolte un nou proces de producție, să aducă pe piață un nou produs sau serviciu sau să descopere o nouă cale de distribuție. |
|---|---|

Beneficiile implementării firmelor de exercițiu în cadrul activităților școlare, față de elevi sunt:

- își dezvoltă spiritul antreprenorial;
- simularea operațiunilor și practicilor economice;
- perfecționarea limbajului de afaceri
- facilitarea trecerii de la școală la viața activă;
- dezvoltarea de competențe și aptitudini necesare unui întreprinzător dinamic și inovator;

Profesorul se adaptează permanent la modificările de proceduri, cerințe, strategii, fiind în pas cu exigențele unui învățământ bazat pe performanță.

Beneficiile implementării firmelor de exercițiu față de cadrele didactice în activitatea școlară, sunt:

- Realizarea de activități practice cu elevii;
- Implementarea activității într-un cadru profesionist, performant;
- Pregătirea reală a elevilor pentru piața muncii;
- Creșterea prestigiului unității de învățare.

Rezultate preconizate în urma activităților desfășurate în cadrul firmei exercițiu:

- ✚ Creșterea gradului de inserție pe piața muncii;
- ✚ Flexibilitate;
- ✚ Asumarea inițiativei;
- ✚ Asumarea riscului.

Fiecare firmă de exercițiu este structurată pe departamente, iar elevii lucrează în cadrul acestora desfășurând activități specifice.

Aceste firme exerciții participă la diverse competiții, concursuri și târguri atât la nivel local, regional, național, dar și la nivel internațional.

Ultimul concurs la care firma exercițiu ECO-BUCOVINA a participat la competiția <Business Plan> ce s-a adresat elevilor din învățământul liceal - domeniul economic”.

Elevii clasei a 11-a K, au sprijinit reprezentanții firmei exercițiu Cojocariu Anamaria și Cebotari Victor ce au prezentat planul de afaceri al firmei Eco-Bucovina.



Firma exercițiu „ECO-BUCOVINA” SRL dorește să se lanseze pe piața suceveană, în momentul actual nu are niciun concurent pe piața locală. Unicitatea unei firme lansate în Suceava vadeuce profit atâta timp cât cererea acestor produse este într-o evoluție pentru un stil de viață sănătos. Acest lucru garantează siguranța și posibilitatea de a impune un anumit preț.

Firma își desfășoară activitatea în incinta Colegiului Economic „Dimitrie Cantemir” Suceava, iar începând cu întâi iunie 2015 și-au propus să extindem afacerea, deschizând un magazin de produse tradiționale pe bulevardul George Enescu.



Produsele pe care le oferă pe piață garantează un număr standard de clienți. Aceștia pot beneficia în primul rând de produse de calitate, făcute după rețete tradiționale și de reduceri oferite clienților fideli.

Strategia de dezvoltare pe termen scurt care se referă la introducerea în școli a sucurilor naturale din fructe de pădure, crește notorietatea entității. Ideea de afaceri de la care s-a pornit, mierea cu nuci, va reprezenta un avantaj cheie al afacerii. Firma Eco-Bucovina stă la dispoziția clienților și pe site-ul firmei care conține întreaga gamă de produse pe care le oferă și pe care aceștia le pot comanda online.

Sub coordonarea cadrelor didactice Munteanu Rodica și Iacobaia Alina, firma de exercițiu Eco-Bucovina a fost premiată cu Mențiune la concursul „Business Plan” faza națională din 2015, desfășurată la București.

Concursul Business Plan reprezintă un proiect de cooperare între Ministerul Educației Naționale, Centrul Național de Dezvoltare a Învățământului Profesional și Tehnic și Centrala Națională a Întreprinderilor Simulate/Firmelor de Exercițiu-ROCT, KulturKontakt Austria, Patronatul Tinerilor Întreprinzători din România și Asociația „EURO 26”. Participanții la etapa națională a competiției au primit premii importante. Acesta constă în elaborarea, prezentarea și evaluarea planurilor de afaceri concepute de firmele de exercițiu. Proiectul își propune facilitarea inserției pe piața muncii a elevilor printr-o serie de acțiuni care pot conduce la creșterea șanselor de ocupare și de dezvoltare a competențelor personale și profesionale ale acestora în scopul îmbunătățirii tranziției de la școală la o viață activă.



Bibliografie:

1. Gazsi Ștefan Eduard, *Modelul de bună practică în cadrul disciplinei Firma de exercițiu-laborator tehnologic din aria curriculară Tehnologii*, Colegiul Economic “Transilvania”, Târgu Mureș;
2. www.economistul.ro;
3. www.edu.ro;



4. www.firmaexercitiu.tvet.ro;
5. www.roct.ro;
6. www.v-cebotari.wix.com/firm;
7. www.ro.scribd.com (*Ghidul firmei de exercițiu – Cea mai bună practică*);
8. www.suceavanews.ro.

6.4. VALORIFICAREA CUNOȘTIINȚELOR DOBÂNDITE PRIN PRACTICĂ ÎN FIRMA DE EXERCİȚIU – SUPT DE INTEGRARE A ABSOLVENȚILOR ÎN ACTIVITĂȚI ALE ECONOMIEI REALE

Prof.Lăzăreanu Elena
Colegiul Economic „Dimitrie Cantemir”
Suceava, România

Abstract

Practice in the training firm offers competences as far as the professional performance is concerned, resulting into a practical evaluation and a deeper understanding of the knowledge acquired during school. If in real life wrong decisions could put at risk the well –functioning of the company, in the training firm, the effects can be analyzed virtually, and the substantiation of the theoretical knowledge appears more profound when coping with difficult situations, but without the spectrum of the immediate negative consequences. In the training room, there are acquired fundamental competences necessary for the integration of the future graduates on the labour market:

- *ability to work and team spirit;*
- *interdisciplinary thinking;*
- *accurate communication, using the specific terminology of the field;*
- *capacity to take decisions in due time which ensures the flexibility required on the labour market.*

In order to facilitate the approach of working in training firms, I exemplified several types of lessons which can be used.

Firma de exercițiu, determină dobândirea de abilități antreprenoriale, perfectionarea comportamentelor personale și ajută la identificarea potențialului propriu fiind o metodă practică de integrare a cunoștințelor de la diverse discipline.

Instruirea în firma de exercițiu oferă competențe în ceea ce înseamnă comportamentul profesional, determinând o verificare practică și o aprofundare a cunoștințelor dobândite în anii de studiu. În firma de exercițiu se realizează sinergia interdisciplinarității cunoștințelor teoretice dobândite de la diverse discipline: economie, contabilitate, comunicare profesională, organizarea resurselor umane, marketing, informatica, drept și legislație, etc. Aici se stabilesc funcțiile administrative și executive și sunt exersate tranzacțiile economice existente în firmele reale, fiecare firmă de exercițiu fiind structurată, în conformitate cu situația din practică, în servicii functionale: aprovizionare, resurse umane, secretariat, marketing, desfacere, financiar-contabilitate, etc. Întreaga activitatea a firmelor de exercițiu se desfășoară în conformitate cu legislația în vigoare pentru companiile din economia reală. Sunt simulate situații de risc sau eșec precum și scenariile de succes care reprezintă o modalitate experimentală necesară a procesului de învățare.



Dacă în viața reală deciziile greșite ar putea determina punerea în pericol a funcționalității întreprinderii, în firma de exercițiu se pot analiza efectele virtuale, iar fundamentarea cunoștințelor teoretice este mult accentuată în confruntarea cu situații limită, dar fără spectrul consecințelor negative imediate. În firma de exercițiu se însușesc competențe fundamentale necesare în

Sarcini de lucru	<ul style="list-style-type: none">• Realizați dosarele de candidatură;• Organizați un interviu de angajare;• Simulați activitățile din timpul interviului de angajare.
Recomandări	<ul style="list-style-type: none">• Se recomandă simularea comportamentelor corecte, dar și a celor incorecte din timpul unui interviu.
Instrumente de evaluare	Fișa de evaluare

integrarea pe piața muncii a viitorilor absolvenți:

- abilitate de lucru și spirit de cooperare în echipă,
- gândire interdisciplinară,

-comunicare precisă utilizând terminologia adecvată domeniului,

-capacitatea de a lua decizii în timp determinat care asigură o flexibilitate cerută pe piața forței de muncă. Prin exersarea cunoștințelor se asigură un mod practic de autoapreciere și descoperire a afinității față de un loc de muncă potrivit conform cu aptitudinile și preferințele personale.

Abilitățile și competențele obținute în firma de exercițiu determină reducerea perioadei de integrare în locul de muncă și atenuază stresul de adaptare la început de carieră.

Bazat pe dezvoltarea rapidă a mijloacelor de comunicație și a tehnologiilor informaționale s-au dezvoltat noi mijloace de instruire bazate pe utilizarea instrumentelor informatice în aprofundarea și punerea în practică a cunoștințelor teoretice în scopul obținerii de deprinderi antreprenoriale și verificarea individuală a acestora premergător angajării sau inițierii unei afaceri după absolvire. În acest sens s-au dezvoltat întreprinderi virtuale în diferite domenii de activitate practică corespunzător diversității din economia reală.

Întreprinderea virtuală este o entitate în care se oferă mijloacele informatice pentru o colaborare între departamentele specializate independente, în cadrul căreia fiecare partener contribuie la realizarea anumitor sarcini și activități. Pentru a facilita mai ușor lucrul în firmele de exercițiu am să exemplific, tipuri de activități ce se pot desfășura:

Tema : Interviul de angajare

Întrebări posibile	Argumentare (punctaj)
<ul style="list-style-type: none">• Ce știi despre domeniul în care își desfășoară activitatea firma noastră?• Ce contribuție poți aduce pentru îmbunătățirea activității firmei noastre?• Cu ce probleme crezi ca se va confrunta firma în următorii ani?• Ce puncte forte și ce puncte slabi ai?• Esti satisfăcut de cariera ta de până acum?• Ce situație de criză ai întâmpinat recent și cum ai rezolvat-o?	



<ul style="list-style-type: none">• Care sunt deciziile care ți se par greu de luat?• De ce ai plecat de la fostul loc de muncă?• Ce sarcini îndeplineai la fostul loc de muncă?• De ce vrei sa lucrezi în această firmă?• De ce esti în căutarea unui nou loc de muncă?• Dă-ne câteva motive pentru care ar trebui sa te angăjam?• Care sunt obiectivele tale profesionale? Unde te vezi peste 5/10 ani?• Cum te-ai descrie (caracter, conduită, stil de muncă)?• Ai calități de lider? Care sunt acestea și cum le poți demonstra?• Îți place munca în echipă? Poți da câteva exemple?• Dacă ar fi să cerem referințe despre activitatea ta cui să ne adresăm?	
--	--

Tema : Realizarea scrisorii de intenție

Denumire	Realizarea scrisorii de intenție
Mod de lucru	Individual
Resurse	<ul style="list-style-type: none">• de timp – 15 minute;• materiale - internet, calculator.
Denumire	Realizarea scrisorii de intenție
Mod de lucru	Individual
Resurse	<ul style="list-style-type: none">• de timp – 15 minute;• materiale - internet, calculator.

Sarcini de lucru	Redactați o scrisoare de intenție pentru angajarea în firma de exercițiu, pe postul pe care îl doriți.
Recomandari	Se va întocmi documentul la nivelul de experiența/studii al elevilor, insistând pe aptitudini, competențe, abilități.
Instrumente de evaluare	Scrisoare de intenție

Tema: Întocmirea CV-ului

Denumire	Realizarea CV-ului
Mod de lucru	Individual
Resurse	<ul style="list-style-type: none">• de timp – 45 minute;• materiale - internet, calculator.
Sarcini de lucru	Redactați un CV pentru participarea la interviul de angajare în firma de exercițiu.
Recomandări	<ul style="list-style-type: none">• Se va completa documentul în format Europas,• După finalizarea lucrului, se vor prezenta două modele, aleator și se vor analiza în cadrul colectivului.
Instrumente de evaluare	CV



Tema: Alegerea denumirii firmei de exercițiu

Denumire	Alegerea denumirii firmei de exercițiu
Mod de lucru	grupe de lucru de 5- 6 persoane
Resurse	<ul style="list-style-type: none">• de timp: 1 ora;• materiale: calculator, imprimanta, flipchart, markere, post-it-uri colorate.
Sarcini de lucru	<ul style="list-style-type: none">• Stabiliți denumirea firmei de exercițiu care sa pună în practică ideea de afaceri elaborata anterior.• Selectați denumirea pe baza punctajului total.• Consemnați în procesul-verbal al întâlnirii de lucru.
Recomandări	Documentare pe pagina web a ROCT.
Instrumente de evaluare	Fișa de evaluare

Fișa de evaluare

Grupa/firma de exercițiu _____

Ideea de afaceri:

Descriere

Argumente pentru implementare

Argumente contra implementării

Denumire	<u>Identificarea asemănărilor și a diferențelor dintre FE și firma reală</u>
Mod de lucru	Pe grupe
Resurse	<ul style="list-style-type: none">•de timp: 1 ora•materiale: flipchart, post-it-uri, fișa de lucru
Sarcini de lucru	<ul style="list-style-type: none">•Stabiliți minimum trei elemente comune și trei diferențe între firma de exercițiu și firma reală•Urmăriți aspecte, precum: Virtual/Real; Bani/Bunuri; Uzanțe comerciale/Flux informații.
Mod de desfășurare	<ul style="list-style-type: none">• Se analizează piața virtuală a firmelor de exercițiu.• Se studiază arhiva firmelor de exercițiu din școala.• Documentare la firma-mamă/alte firme.

6.5. PLANUL DE AFACERI -FORMĂ A EXERCITĂRII FUNCȚIEI DE PREVIZIUNE

prof. Manolache Mihaela
Elev Dediu Roxana
Elev Neguri Claudia
Colegiul Economic „Virgil Madgearu”
Galați, România

Abstract

The exertion of the management functions, the prevision, the organization, the coordination, training-motivating and carefully controlling-evaluating of all activities, the projects, the work teams, the departments of any real-life firm, represent its key of success.

Also, in the exercise firm – thought-out and built to simulate the real economic events – things are similarly happening.

The exertion of the prevision function at the level of the exercise firm is focused on: forecasts, plans, schedules, strategies, tactics and rules, differentiated according to the time horizon it refers to, the detailing level and the fulfilling obligatoriness.

We will focus our attention, in the following time, on plans. A virtual or a real firm, may adopt “Expansion Plans” to highlight the necessity of a development, high resources potential, immediate targets and responsible.

The business plan, a document used in the real firm and also in the simulated one, represents a map of the future business and a needed platform in achieving the proposed performance.

There is no magic formula to elaborate business plans. It is an structure must achieve certain coordinates, but the way how they interfuse and the proportions differs from a situation to another.

The plan’s components refer to:

- *Describing the firm and the business;*
- *The plan’s scope and informations’ consignee;*
- *The management and the organization of the firm;*
- *Previous and current results;*
- *A new business idea, the expansion’s or the fusion’s coordinates;*
- *Financial planning of the business;*
- *The marketing plan;*
- *Future perspectives and conclusions.*

The study and the working at the business plan are improving to the teens some excellent entrepreneurial skills:

- *The insertion on the labour market will be easier;*
- *Are developed and easily coordinated the ability to create a personal business;*
- *The teens will be used to the terms of a business;*
- *The growth of interactions based on realism between the exercise firms;*
- *The benchmarking of the firm’s strong and low points is eased;*
- *They can rank the opponent firms according to the activity sphere;*
- *They can identify their own opportunities of the future self-development.*

Exercitarea funcțiilor managementului, previziunea, organizarea, coordonarea, antrenarea-motivarea și control-evaluarea atentă a tuturor activităților, proiectelor, echipelor de lucru, a departamentelor oricărei firme din viața reală, reprezintă cheia succesului acesteia.

Și în firma de exercițiu - gândită și constituită să simuleze evenimente economice reale-lucrurile se întâmplă asemănător.

Firma de exercițiu își va verifica utilitatea atât timp cât va funcționa asemănător unei firme reale. În acest context, chiar dacă existența firmei de exercițiu este una virtuală- nu fictivă- se supune tuturor principiilor de raționalitate economică, prin urmare și **funcțiilor managementului**. Funcțiile managementului sunt o realitate a firmelor de exercițiu.

Demersul aplicării funcțiilor managementului este inițiat prin previziune. Aceasta presupune, printre altele și:

- Stabilirea obiectivelor firmei;
- Identificarea modalităților concrete de îndeplinire a obiectivelor;
- Fundamentarea necesarului de resurse pe care le presupune atingerea obiectivelor.

Exercitarea funcției de previziune la nivelul firmei de exercițiu se concretizează în : prognoze, planuri, programe, strategii, tactici și politici, diferențiate în funcție de orizontul de timp la care se referă, gradul de detaliere și obligativitatea îndeplinirii.

Formele exercitării funcției de previziune sunt:

- Prognozele sunt rezultatul unui management previzional, se referă la un orizont de timp de minim 10 ani, au caracter aproximativ, nefiind obligatorii.
- Strategia vizează un orizont temporal mediu și lung, având un grad de detaliere mai pronunțat, până la nivel de acțiuni concrete, resurse, termene și responsabili.
- Planurile se referă la perioade cuprinse între o lună și cinci ani, gradul de detaliere este foarte mare și au caracter obligatoriu.
- Programele se caracterizează printr-un orizont temporal redus, detaliind în timp și spațiu obiectivele planificate.

O să ne concentrăm atenția în cele ce urmează asupra planurilor.

O firmă virtuală sau reală, poate apela la „Planuri de extindere,, pentru a evidenția necesitatea dezvoltării firmei, potențialul de resurse implicat, obiective imediate și responsabili.

Planul de afaceri, document utilizat atât în firma reală cât și în cea simulată, reprezintă o hartă a viitoarei afaceri și o pârghie necesară în atingerea performanțelor propuse.

Nu există o formulă magică pentru elaborarea planurilor de afaceri. Structura acestuia trebuie să atingă anumite coordonate, însă felul în care acestea se îmbină și în ce proporție diferă de la o situație la alta.

Elemente componente ale planului fac referire la:

- Descrierea firmei și a afacerii
- Scopul planului și destinatarii informațiilor
- Managementul și organizarea firmei
- Rezultate anterioare și prezente
- Noua idee de afaceri. Coordonatele extinderii sau fuziunii
- Planificarea financiară a afacerii
- Planul de marketing
- Perspective de viitor și concluzii.



Planul de afaceri trebuie să ofere o descriere suficient de detaliată a produsului/serviciului firmei. În cazul în care un investitor potential nu înțelege în ce constă produsul respectiv, s-ar putea să nu mai aveți ocazia să oferiți explicații suplimentare. În cazul în care este vorba de un produs/serviciu existent, poate fi prezentată experiența firmei în domeniu, capacitățile de producție existente, competențele tehnice acumulate, performanța în domeniul vânzărilor. În cazul în care este vorba de un produs/ serviciu nou vor fi prezentate avantajele care permit firmei obținerea acestuia și acțiunile care mai trebuie întreprinse până la începerea activității normale.

Ideea de afaceri, pentru firma de exercițiu nou înființată, face de fapt referire la stabilirea obiectului/obiectelor de activitate. Acest obiect de activitate ar trebui să fie corespunzător obiectului de activitate al firmei „mamă”, al firmei partenere. Dar foarte important, în acest sens, ar trebui să aibe loc o cercetare pe piața virtuală, în care elevii să fie activ implicați.

Planul de afaceri este un instrument de lucru folosit pentru a iniția și derula o afacere care necesită resurse materiale, financiare și umane, informaționale și de timp. Prin intermediul său este valorificată experiența și realizările din trecut, cu scopul de a proiecta viitorul prin cele mai adecvate metode de estimare și aproximare.

În literatura de specialitate „ planul de afaceri este un instrument al prezentului, elaborat prin aproximații succesive, utilizând experiența și realizările din trecut ale firmei pentru a proiecta în mod realist calea spre viitor. El are drept scop cel mai avantajos și realizabil compromis între ceea ce dorește și ceea ce poate să facă firma respectivă.

Tinerilor, studiul și lucrul planului de afaceri, le formează excelente competențe antreprenoriale:

- Le ușurează inserția pe piața muncii,
- Dezvoltarea și coordonarea facilă a unui business personal,
- Familiarizează cu termenii de succes ai unei afaceri
- Dezvoltarea unor relații bazate pe realism între firmele de exercițiu
- Le înlesnește analiza comparativă a punctelor tari și a apunctelor slabe ale firmei
- Contribuie la ierarhizarea firmelor concurente în funcție de obiectul de activitate
- Identifică propriile oportunități privind dezvoltarea viitoare
- Îi stimulează în privința definirii unor strategii viabile
- Dezvoltarea spiritului de competiție și de fair-play
- Asumarea poziției de învingător, dar și de învins
- Dobândirea unei imagini de ansamblu asupra întregii afaceri implicate
- Oferă viziune de ansamblu realistă și permanentă asupra pieței dar și asupra vieții economice în general
- Le dezvoltă gândirea critică, spiritual antreprenorial și libera inițiativă
- Dezvoltă capacitatea de a lucra în echipă și de a aplica diviziunea muncii
- Redefinește eficiența și succesul în afaceri

Priceperea profesorului coordonator este de a-i face pe elevi să abordeze totuși acest aspect poate puțin mai ludic, ca într-un joc în care fiecare are dreptul la opinie, dar util ar fi ca până în final să primeze interesul echipei, organizațional. Elevii sunt de fapt o echipă, chiar dacă nu reușesc de prima dată să vadă astfel lucrurile. Aceștia trebuie să fie încurajați să se exprime dar să și facă efortul de a înțelege și respecta opiniile celorlalți.

Există câteva aspecte ale realizării planului care ar trebui ocolite: convingerea că planul reprezintă afacerea în sine, supraîncredere în forțele proprii și omiterea analizei pieței, neluarea în seamă a vitezei de contracarare a concurenței, supraevaluarea calităților și minimizarea punctelor slabe, subestimarea costurilor necesare implementării afacerii.



Lucrările managementului și compartimentelor firmei de exercițiu, sunt cele care asigură „realismul” în firmă și cele care mențin interesul elevilor, în scopul asimilării informațiilor și deprinderii competențelor esențiale pe piața reală a amuncii.

Astfel planul de afaceri este unul dintre aceste lucrări esențiale.

Drumul către succes în firma de exercițiu este pavat cu activități și acțiuni, identice celor din piața reală și fără o muncă conștiincioasă, de echipă, acest lucru nu ar fi posibil.

Pe baza acestor prototipuri de lucrări, firma de exercițiu își poate realiza portofoliul de documente specifice, sub atenta supervizare a „directorului” de compartiment și nu în ultimul rând al profesorului coordonator.

Planul de afaceri vine în sprijinul firmei și al managementului să-și *exercite mai ușor autoritatea* și de asemenea să realizeze mult mai ușor feedback sistematic și continuu.

BIBLIOGRAFIE:

- 1.Mihuleac Emil, Știința managementului, teorie și practică, Editura Decorama, 2006.
- 2.Râpă Marilena, Manolache Mihaela, Planul de afaceri instrument pentru firma de exercitiu, Editura Europlus, 2009.
3. Tribuna Economică, nr.6/2013

6.6. COMPETIȚIA BUSINESS PLAN – O OPORTUNITATE DE FORMARE ÎN DOMENIUL EDUCAȚIEI ANTREPRENORIALE

Prof. Toban Stelică
Liceul Tehnologic ION BARBU
Giurgiu, România

Abstract

Entrepreneurial skills training is an important objective of professional education in our country. In the qualification provided by professional and technical education and in curriculum related to these qualifications include key skills like:

- ✓ *critical thinking and problems resolving,*
- ✓ *interpersonal relationships management,*
- ✓ *how to use a computer and data processing*
- ✓ *communication, career development,*
- ✓ *communication in modern language,*
- ✓ *how to initiate a business,*
- ✓ *teamwork.*

The training firm as a modern method and innovative in teaching-learning process has been introduced into the national curriculum, aimed to approach for practical activity and economic reality, promoting the development of entrepreneurial thinking and attitudes. to ensure the professional premises integration of graduates into the labor market and also for continuing education, it need's flexibility and adapting to the requirements of economic development.

The business plan competition in exercise firm allows students to develop the following entrepreneurial skills:

Revaluation the entrepreneurship spirit, initiative stimulated by the exercise firm in real conditions;

Introducing students to the business activities



Business communication about their business ideas

Risk taking, using specific risk management tools

Developing an entrepreneurial dynamic competencies: critical thinking, making decision, taking responsibility, self-organization and self-assessment of resources

Promote collaboration between training firms and the real economic society Encouraging competition between involved exercise firms. Skills related to personal presentation and argumentation discourse.

Training through exercise firm is highly appreciated by students, allowing them develop their practical skills, they working in teams-which appeals to the qualities and spirit of responsibility, organizational capacity, accuracy, precision, ability to resolve conflicts.

As a coordinator teacher to exercise firm manager I attended the last five editions of the competition, and occupying second place twice at the regional phase. Following these participations students who were part of the team drafting and presentation of business plans they have proven that they mastered the necessary skills to implement a business in the real economy giving real proof of managerial capacities. The business plan competition in exercise firm is an opportunity for students in order to provide a better insertions in the labor market becoming more flexible and more efficient.

Formarea competențelor antreprenoriale reprezintă un obiectiv important al învățământului profesional și tehnic din țara noastră. În cadrul calificărilor furnizate de învățământul profesional și tehnic și în curriculumul aferent acestor calificări sunt incluse competențe cheie precum: gândirea critică și rezolvarea de probleme, managementul relațiilor interpersonale, utilizarea calculatorului și prelucrarea informației, comunicarea, dezvoltarea carierei profesionale, comunicarea în limba modernă, inițierea unei afaceri, lucrul în echipă.

Firma de exercițiu, ca metodă modernă, inovatoare pentru procesul de predare-învățare a fost introdusă în curriculumul național, având ca obiectiv apropierea de activitatea practică și de realitatea economică, promovând dezvoltarea unei gândiri și atitudini antreprenoriale.

Pentru asigurarea premiselor integrării profesionale a absolvenților pe piața muncii, cât și pentru formarea profesională continuă, este nevoie de flexibilitate și adaptare la tipurile de competențe identificate ca fiind necesare în prezent și mai ales în viitor, pe o piață a muncii aflată în continuă schimbare și adaptare la cerințele impuse de dezvoltarea economică.

Prin aplicarea metodei moderne de predare – învățare firma de exercițiu actorii implicați au următoarele beneficii:

- a. **Elevul** – se dezvoltă personal și profesional implicându-se direct în procesul de învățare. În cadrul firmei de exercițiu exersează și dobândește, pe de o parte, competențe cheie (abilități antreprenoriale, deprinderi de lucru în echipă, capacitatea de conducere, luarea de decizii și asumarea răspunderii),
- b. **Unitatea de învățământ** – are în oferta școlară incluse exemple de bună practică ale participării firmelor de exercițiu la târguri și competiții, prin aceasta făcând mai atractivă oferta educațională;
- c. **Comunitatea locală** – oferă suport material și informațional firmelor de exercițiu și favorizează încheierea de parteneriate între firmele virtuale și mediul de afaceri real. Prin popularizarea metodei de învățare – firma de exercițiu, comunitatea locală sprijină dezvoltarea unui învățământ de calitate orientat spre competențe;
- d. **Agenții economici** – metoda de învățare – firma de exercițiu – asigură oportunitatea pentru agenții economici, de a se implica direct în formarea viitorilor angajați pentru dezvoltarea competențelor cerute de piața muncii.

Competiția „Business Plan în firma de exercițiu” premiază firmele de exercițiu pentru cele mai bune planuri de afaceri și pentru modul în care elevii dovedesc spirit antreprenorial, o bună cunoaștere a conceptelor de business și creativitate. Competiția contribuie la:



- ✓ Dezvoltarea creativității stimulate de „firma de exercițiu“ în contextul real al mediului concurențial;
- ✓ Dezvoltarea competențelor de prezentare și argumentare a viabilității unei afaceri în fața posibililor finanțatori;
- ✓ Familiarizarea elevilor cu activitățile specifice mediului de afaceri.

Competiția „Business Plan în firma de exercițiu“ permite elevilor să dezvolte următoarele competențe antreprenoriale:

- ✓ Valorificarea spiritului antreprenorial, a inițiativei stimulate prin „firma de exercițiu“ (virtual), în condiții reale;
- ✓ Familiarizarea elevilor cu activitățile specifice mediului de afaceri;
- ✓ Comunicarea către mediul de afaceri a ideii de afacere;
- ✓ Asumarea riscului, utilizând instrumentele specifice managementului riscului;
- ✓ Dezvoltarea unor competențe necesare unui întreprinzător dinamic: gândirea critică, luarea deciziilor, asumarea responsabilităților, auto-organizarea și auto-evaluarea resurselor individuale;
- ✓ Promovarea colaborării dintre firmele de exercițiu și mediul economic real;
- ✓ Încurajarea competiției, competitivității firmelor de exercițiu implicate;
- ✓ Competențe legate de prezentarea personală și argumentarea discursului.

Metoda de studiu într-o firmă de exercițiu se bazează pe observarea și urmărirea proceselor comerciale și a legăturilor care se stabilesc între ele, precum și însușirea structurii și relațiilor administrative și executive care susțin conducerea unei firme. Locul de desfășurare a activității firmei de exercițiu este un laborator echipat cu mobilier corespunzător, cu tehnica necesară învățării (calculatoare și pachete software specializate), pentru efectuarea de operații economice și comerciale care să simuleze activitatea unei firme din sfera economică reală. Scopul firmei de exercițiu este dobândirea unor competențe de baza, care să le permită absolvenților să se realizeze cu succes în economia reală.

- ✓ Prin aplicarea metodei „firmă de exercițiu” sunt preconizate următoarele rezultate: creșterea gradului de inserție pe piața muncii a absolvenților;
- ✓ reducerea perioadei de acomodare la locul de muncă;
- ✓ mai bună adaptabilitate la schimbarea locului de muncă, flexibilitate; atitudine favorabilă în asumarea inițiativei și a riscului.

Firma de exercițiu este un concept didactic, bazat pe învățarea prin practică, un model de simulare a proceselor interne desfășurate într-o firmă reală și a relațiilor sale cu alte firme și instituții. Aceasta reprezintă o metodă interactivă de învățare pentru dezvoltarea spiritului antreprenorial, o concepție modernă de integrare și aplicare interdisciplinară a cunoștințelor, o abordare a procesului de predare-învățare care asigură condiții pentru probarea și aprofundarea practică a competențelor dobândite de elevi în pregătirea profesională.

Implementarea conceptului de „firmă de exercițiu” își propune crearea tipului de întreprinzător dinamic, capabil să dezvolte un nou proces de producție, să aducă pe piață un nou produs sau serviciu sau să descopere o nouă cale de distribuție.

Activitățile desfășurate în cadrul firmelor de exercițiu sunt identice cu cele din firmele reale, utilizând aceleași proceduri și beneficiind de aceeași dotare, dar cu bani și mărfuri virtuale, în conformitate cu practica și legile specifice economiei naționale.

Fiecare firmă de exercițiu se concentrează pe situații reale sau pe baza unui cadru antreprenorial, într-un domeniu bine precizat, pe care nu și-l poate schimba decât cu aprobarea centralei la care este afiliată.

Participanții își desfășoară activitatea într-o atmosferă productivă reală și învață să îndeplinească sarcinile primite. Deciziile greșite care în realitate ar crea probleme serioase, nu au astfel de urmări în cazul unei firme de exercițiu, dar oferă situații de învățare.

Planul de afaceri constituie cel mai important document strategic, menit să direcționeze activitatea unei firme. mai important document strategic, Considerat ca o veritabilă "hartă a succesului", planul



de afaceri, deși nu îl garantează, ajută la anticiparea riscurilor, monitorizând evoluția organizației și fiind principalul reper în corectarea abaterilor de la obiectivele stabilite. Întocmirea lui, deși adesea dificilă, condiționează semnificativ supraviețuirea firmei.

PLANUL DE AFACERI este:

- 1 . Instrument complex și eficace de conducere;
- 2 . Instrument de măsură și control a viabilității și profitabilității unei idei de afaceri;
- 3 . Mijloc fundamental de previzionare a afacerii;
- 4 . Referință esențială pentru organizarea, coordonarea și controlul proceselor din firmă
- 5 . Instrument eficient de comunicare;
- 6 . Important instrument educațional

Participarea la Competiția „Business Plan în firma de exercițiu” conferă angajaților firmei dezvoltarea unor competențe specifice, dar le mai aduc și unele avantaje, cum ar fi:

- dobândirea unor competențe de muncă în echipă;
- învățarea din experiența altora cât și căpătarea unei experiențe proprii;
- dobândirea unor competențe antreprenoriale, ce vor facilita inserția mai rapidă pe piața muncii;
- implicarea tuturor angajaților firmei la bunul mers al activității firmei;
- oportunitatea de a interacționa și inter relaționa cu potențialii parteneri de afaceri.

Prin firma de exercițiu, elevii au o altă perspectivă asupra mediului de afaceri și mai multă încredere în propriile capacități și șanse pe care le oferă viitorul. Ei cunosc mai bine realitățile de pe piața muncii și vor ști care este calea pe care trebuie să o urmeze pentru alegerea unei profesii sau afaceri de succes.

Instruirea prin firma de exercițiu este foarte apreciată de către elevi, aceștia putându-și dezvolta abilitățile practice, se lucrează în echipa - lucru care face apel la calități precum spirit de răspundere, capacitate organizatorică, exactitate, precizie, acuratețe, pricepere de a rezolva conflicte.

Se aplică în practică cunoștințe din diverse domenii, precum contabilitate, marketing, drept, informatică, științe sociale, și altele, ceea ce înseamnă ca activitatea în cadrul unei Firmei de exercițiu solicită o muncă și o calificare suplimentară și independentă.

Se studiază și se aplică normele stabilite pentru activitatea Firmei de exercițiu (legi, hotărâri de guvern, ordonanțe de guvern și altele).

Profesorul trebuie să fie la curent cu toate modificările din domeniu. Consider ca prin utilizarea metodei Firma de exercițiu crește interesul elevilor pentru disciplinele economice, fiind totodată un câștig și pentru societate. Prin utilizarea acestei metode gradul de atingere a indicatorilor de performanță crește considerabil.

Planul de afaceri este un raport scris în care antreprenorul prezintă toate datele relevante referitoare la crearea sau funcționarea întreprinderii sale. În cazul în care antreprenorul înființează o întreprindere nouă, planul de afaceri include «cum» și «de ce» va fi înființată, precum și «unde» intenționează să ajungă această afacere. În cazul în care antreprenorul redactează un plan de afaceri pentru o întreprindere care deja operează, descrie istoria întreprinderii, unde se află acum și unde vrea să ajungă această întreprindere după modificările și investițiile care urmează să fie realizate.

Ca profesor coordonator la firmei de exercițiu MAXMANAGER am participat la ultimele cinci ediții ale competiției, ocupând de două ori locul II la Faza regională a Competiției Business Plan. În urma acestor participări elevii care au făcut parte din echipa de redactare și prezentare a planurilor de afaceri au dovedit că și-au însușit competențele necesare implementării unei afaceri în mediul real al economiei, dând dovadă de reale capacități manageriale.

Așadar, în contextul dezvoltării unei societăți românești competitive, bazate pe cunoaștere și dezvoltare a capitalului uman, metoda didactică „firma de exercițiu” se constituie într-un bun mijloc de asigurare a competențelor necesare absolvenților de liceu în a demara cu succes propria afacere.



Astfel, sunt asigurate bazele întăririi capacității acestora de a răspunde cu promptitudine schimbărilor rapide din societate și de pe piața muncii.

Criza pe care o traversăm în prezent oferă în afară de aspectul ei generalizat și câteva concluzii de reținut. Între acestea faptul că forța de muncă, atât tânără, cât și cea experimentată este în permanență obligată să se adapteze noilor cerințe de pe piața muncii. În acest context, în ediția din 6 iunie se va discuta despre dezvoltarea spiritului antreprenorial la tânăra generație.

Aparent antreprenoriatul este foarte complicat și sofisticat, pare importat de undeva de peste ocean și mai puțin accesibil celor care nu cunosc foarte multe în acest domeniu. Este motivul pentru care se va discuta atât despre semnificația noțiunii antreprenorat, cât și despre aptitudinile pe care ar trebui să le posedă un tânăr care și-ar dori să urmeze o carieră în acest domeniu.

Suținerea antreprenoriatului a devenit o prioritate ca soluție pentru ieșirea din criză și stoparea ratei îngrijorătoare a șomajului. În ultimii ani, guvernele alocă constant resurse pentru redresarea întreprinderilor sub diferite forme de ajutor: garanții pentru credite, subvenții de taxe, credite pentru cercetare-dezvoltare menite să forțeze inovarea sau pentru încurajarea startup-urilor.

Competiția „Business Plan în firma de exercițiu”, reprezintă o oportunitate pentru elevi în vederea asigurării unei inserții mai bune pe piața forței de muncă din ce în ce mai flexibilă și mai performantă.

Există o apreciere generală în ceea ce privește rolul major pe care antreprenoriatul, alături de inovare, îl joacă în creșterea competitivității economice și crearea locurilor de muncă, la scară globală. Totuși, abordarea politicilor publice în domeniul antreprenoriatului diferă de la un stat la altul, în funcție de dinamica economică, particularitățile mediului de afaceri sau obiectivele de dezvoltare regională. Pe măsură ce globalizarea influențează tot mai mult economia mondială, dinamismul antreprenoriatului este văzut ca un factor care contribuie la consolidarea economiei bazate pe cunoaștere, la soluționarea problemelor sociale și de mediu. Politicile antreprenoriale sunt tot mai strâns corelate cu cele pentru inovare, fiind orientate pe crearea de noi produse și servicii, prin valorificarea ambelor valențe ale economiei bazate pe cunoaștere.

BIBLIOGRAFIE

http://tvet.ro/Anexe/33440/Rezultate%20Materiale%20de%20promovare%20si%20informare/IV.2_brosura.pdf

http://www.roct.ro/wp-content/uploads/2011/04/Metodologie-business-plan_2015.pdf

SEMINAR INTERNAȚIONAL "SIMULATION FOR ENTREPRENEURSHIP" Colegiul Economic "Dimitrie Cantemir" Suceava, 19 aprilie 2016



Coolage App
www.CoolageApp.com

