



Ministerul Educației
al Republicii Moldova



SUPORT DE CURS LA DISCIPLINA

BAZELE ANTREPRENORIATULUI

CAIET DE SARCINI PENTRU ELEVI

Chișinău

2013

Winrock Moldova,
94/1, of. 2; Al. Hâjdeu str.; MD-2001 Chisinau, Republic of Moldova
Contact: Sofia Suleanschi, phone: +37322 885-426; 079404433;
sshuleansky@winrock.org.md;
www.winrock.org.md

AUTORI:

Sofia ȘULEANSCHI	Coordonator al grupului de autori, director Winrock Moldova
Valentina OLARU	Cadru didactic, grad didactic superior, LT „Lucian Blaga”, Chisinau
Daniela PĂDURE	Coordonator program instruire privind pilotarea și implementarea Curriculumului, Winrock Moldova

FORMATORI:

Tudor LUPAȘCU	Expert în antreprenariat
Veronica MÎRZAC	Dr. în economie, Dir. financiar, Programul de Restructurare a Sectorului Vitivinicol din RM
Elena RUSU	Dr., conf. univ., Centrul de Formare Continuă Cadre Didactice, UTM
Rina ȚURCAN	Dr., conf. univ., Centrul de Formare Continuă Cadre Didactice, UTM

Prezentul set de materiale didactice la disciplina "Bazele Antreprenoriatului" a fost elaborat în cadrul proiectului "Activitatea de instruire în domeniul antreprenoriatului și angajării în câmpul muncii" (MEEETA II), implementat de către Winrock Moldova cu susținerea financiară a Fundației Servicii de Dezvoltare din Liechtenstein (LED) și în strânsă cooperare cu Ministerul Educației al Republicii Moldova.

Viziunile exprimate în acest material nu reflectă opiniile oficiale ale LED.

Materialele cuprinse în acest suport de curs nu constituie lucrări de cercetare științifică și nu revendică originalitatea. Scopul lor exclusiv este prezentarea unor cunoștințe/informații existente și să servească asigurării calității procesului didactic la implementarea Curriculumului la disciplina Bazele Antreprenoriatului în sistemul de învățământ vocațional/tehnice din RM.

Descrierea CIP a Camerei Naționale a Cărții

Șuleanschi, Sofia.

Suport de curs la disciplina Bazele antreprenoriatului : Caiet de sarcini pentru elevi / Sofia Șuleanschi, Valentina Olaru, Daniela Pădure. – Chișinău : Garomont-Studio, 2013. – 104 p.

1500 ex.

ISBN 978-9975-115-03-2.

334(075.3)

Ș 95

© Sofia Șuleanschi, Valentina Olaru,
Daniela Pădure, 2013

Garomont Studio®
STUDIOU DE PRODUCERE • EST 2001 •

Tipar: „Garomont-Studio” SRL

Dragi elevi,



dr. Loretta Handrabura
Viceministră a educației

Sunteți tineri, plini de idei și aspirații. Consolidați-vă efortul de cunoaștere și potențialul creator și prin studiul disciplinei „Bazele Antreprenoriatului”. Spiritul antreprenorial vă va ajuta să vă adaptați la necesitățile actuale și viitoare ale pieței forței de muncă, dar și să porniți o afacere proprie.

Credeți, perseverați, fiți creatori și veți reuși să deveniți competitivi, apreciați și prosperi!



Pius Frick
Reprezentant LED în Moldova

Moldova este una din țările pioniere când vine vorba de formarea antreprenorială în școlile profesionale și colegii. Fundația Liechtenstein Development Service (LED) se mândrește cu faptul că, împreună cu Ministerul Educației și Winrock Moldova a contribuit la această mare realizare.

Nu învățăm pentru școală, ci pentru viață. Fiecare dintre noi are nevoie de spirit antreprenorial, inițiativă și angajament în ceea ce face. Când Antreprenoriatul a fost declarat una din cele opt competențe-cheie pentru învățarea pe tot parcursul vieții, acesta nu a fost menit să fie o competență doar pentru antreprenori, ci și pentru toată lumea. Dezvoltarea spiritului antreprenorial nu poate fi limitat doar la activități de instruire. Dar în trainingurile de antreprenoriat, spiritul de inițiativă și cel creativ trebuie să fie obiectivul de bază.

Urez tuturor profesorilor și tuturor elevilor care lucrează cu aceste materiale succese și entuziasm pentru acest subiect !

Dragi elevi,



Sofia Șuleanschi,
Director Winrock Moldova

Educația antreprenorială a devenit o realitate în țara noastră iar voi sunteți prezentul și viitorul acestei țări.

Cursul „Bazele antreprenoriatului” presupune implicarea activă a fiecăruia din voi în procesul de studii pentru a putea beneficia la maxim de informațiile și resursele acestuia. Va fi nevoie în egală măsură să contribuiți cu propriile idei și opinii, dar și să ascultați viziunile și opiniile colegilor în mod deschis și respectuos. Instruirea antreprenorială promovează așa aptitudini personale ca inițiativa, inovația, creativitatea, lucrul în echipă, asumarea riscurilor etc. Asemenea aptitudini sunt vitale pentru realizarea personală, incluziunea socială, angajarea în câmpul muncii sau inițierea unei afaceri.

Caietul de sarcini la disciplină este un instrument menit să vă faciliteze parcursul acestui miraculos drum spre o carieră de succes, activitate antreprenorială, care presupune și o independență financiară a fiecăruia din voi. Este important să țineți minte că, tot ceea ce înfăptuiești în viață este determinat de atitudinea pe care o ai față de tot ceea ce îți propui să realizezi, iar perseverența de care dai dovadă este măsura încrederii tale în forțele proprii!



MULȚUMIRI

Acest material a fost elaborat cu suportul financiar LED și în strânsă colaborare cu Ministerul Educației în cadrul proiectului Winrock Moldova – **MEEETA II (Activitatea de instruire în domeniul antreprenoriatului și angajării în câmpul muncii, etapa II)**, pentru ce se aduc mari și considerabile mulțumiri.

Echipa proiectului apreciază contribuția celor 15 instituții de învățământ secundar profesional care au participat activ în pilotarea Curriculumului Bazele antreprenoriatului și exprimă sincere mulțumiri conducătorilor acestor instituții, profesorilor și elevilor implicați în procesul de pilotare în anul școlar 2012- 2013.

De asemenea exprimăm o apreciere sinceră membrilor Grupului de lucru și experților pentru efortul și contribuția valoroasă la finalizarea acestui set de documente didactice. În mod special apreciem contribuția Georgetei Mincu la redactarea și editarea acestui ghid.



Acronime/Abrevieri

AGEPI	– Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală
Art.	– Articol
CAEM	– Clasificatorul Activităților din Economia Moldovei
CF	– Codul Fiscal
CNSP	– Centrul Național de Sănătate Publică
CIȘ	– Camera Înregistrării de Stat
CM	– Codul Muncii
CNAM	– Compania Națională de Asigurări în Medicină
CNAS	– Casa Națională de Asigurări Sociale
BNM	– Banca Națională a Moldovei
BNS	– Biroul Național de Statistică
IFS	– Inspectoratul Fiscal de Stat
ÎMM	– Întreprinderi mici și mijlocii
Î.I.	– Întreprindere Individuală
i.e.	– de exemplu
K	– Capital
Max.	– Maxim
Min.	– Minim
Nr.	– Număr
N.B.	– Nota Bene (traducere din latină = "notează, observă bine")
S.A.	– Societate pe Acțiuni
S.C.	– Societate în Comandită
SFS	– Serviciul Fiscal de Stat
S.N.C.	– Societate în nume colectiv
SNC	– Standarde Naționale de Contabilitate
S.R.L.	– Societate cu Răspundere Limitată
VAI	– Venit Anual Impozabil

Cuprins:

Modulul I. ANTREPRENORIATUL - O OPȚIUNE DE CARIERĂ PROFESIONALĂ	7
<i>Tema 1.1. Este oare antreprenoriatul o opțiune reală de carieră?</i>	8
<i>Tema 1.2. Cadrul legal privind activitatea antreprenorială în Republica Moldova</i>	14
<i>Tema 1.3. Antreprenoriatul și rolul acestuia în economia țării</i>	16
<i>Tema 1.4. Opțiuni de lansare a unei afaceri</i>	17
<i>Tema 1.5. Primii pași spre o afacere reușită</i>	20
<i>Tema 1.6. Impozite plătite de către antreprenori</i>	22
Modulul II. ELEMENTE DE MANAGEMENT ȘI GESTIONAREA RISCURILOR	24
<i>Tema 2.1. Aspecte generale privind gestionarea unei afacerii</i>	24
<i>Tema 2.2. Organizarea și coordonarea unei activități antreprenoriale</i>	25
<i>Tema 2.3. Motivarea angajaților</i>	29
<i>Tema 2.4. Controlul afacerii</i>	31
<i>Tema 2.5. Riscurile în activitatea de antreprenorat și gestionare a acestora</i>	33
Modulul III. FINANȚAREA ȘI EVIDENȚA ACTIVITĂȚII ANTREPRENORIALE	35
<i>Tema 3.1. Capitalului necesar pentru afacerea mea</i>	35
<i>Tema 3.2. Sursele de finanțare a afacerii</i>	37
<i>Tema 3.3. Eficiența economico-financiară a afacerii</i>	40
<i>Tema 3.4. Noțiuni fundamentale de evidență contabilă</i>	42
<i>Tema 3.5. Structura și elementele de baza ale unui bilanț contabil</i>	42
<i>Tema 3.6. Conturi contabile</i>	44
<i>Tema 3.7. Venituri și cheltuieli</i>	46
Modulul IV. MARKETINGUL AFACERII	49
<i>Tema 4.1. Noțiuni generale de marketing</i>	49
<i>Tema 4.2. Cercetarea de piață</i>	50
<i>Tema 4.3. Piața și clienții</i>	53
<i>Tema 4.4. Concurența și segmentarea pieței</i>	57
<i>Tema 4.5. Produsul: bunuri și servicii</i>	59
<i>Tema 4.6. Formarea prețului</i>	60
<i>Tema 4.7. Promovarea, plasarea și distribuția</i>	63
Modulul V. PLANIFICAREA UNEI AFACERI	66
<i>Tema 5.1. Scopul planificării afacerii</i>	66
<i>Tema 5.2. Structura planului de afaceri</i>	67
<i>Tema 5.3. Planul de marketing</i>	72
<i>Tema 5.4. Planul operațional</i>	73
<i>Tema 5.5. Necesarul de resurse umane</i>	75
<i>Tema 5.6. Planul de finanțare</i>	76
<i>Tema 5.7. Elaborarea prezentării planului de afaceri</i>	80
ANEXE	81
<i>Rezultatele testului: Profilul personal de competențe antreprenoriale</i>	81
<i>Instrumente de auto-evaluare personală</i>	82
<i>Cum să realizăm un interviu?</i>	88
<i>Cum să realizăm o prezentare?</i>	93
BIBLIOGRAFIE	97
GLOSAR	98

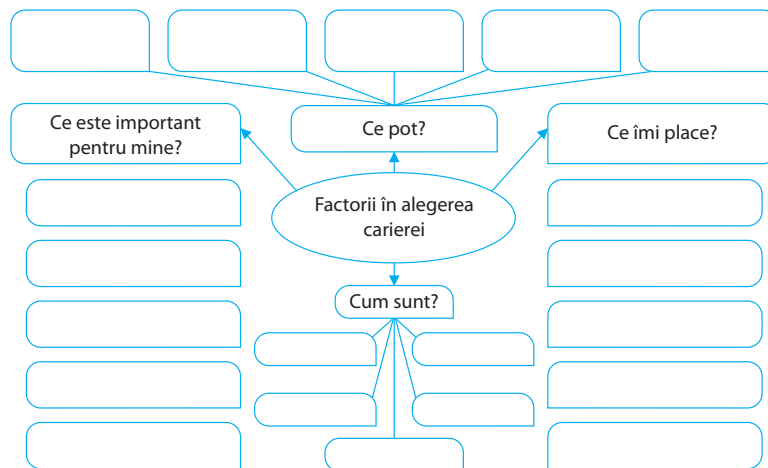
Acest compartiment te va familiariza cu conceptul general al Antreprenoriatului din perspectiva unei opțiuni de carieră sub aspect juridic, social și etic. De asemenea vei lua cunoștință cu momentele principale în identificarea unei idei de afaceri și evaluarea viabilității acesteia.

◆ Este important să cunoști legile care stabilesc regulile de activitate antreprenorială din Republica Moldova precum și sistemul de impozitare și control al domeniului dat. Vei avea ocazia să identifici oportunitățile de desfășurare a activităților de antreprenoriat. Profesorii îți vor oferi posibilitatea și te vor încuraja să-ți evaluezi și să-ți dezvolti capacitățile antreprenoriale.

◆ E bine să cunoști faptul că ai dreptul de a decide în mod liber și conștient opțiunea de a activa în domeniul antreprenorial sau de a deveni angajatul unei întreprinderi.

După studierea acestui modul, vei fi CAPABIL SĂ:

- ✓ Definești noțiunile de antreprenor și antreprenoriat
- ✓ Identifici oportunitățile existente pentru dezvoltarea personală și profesională
- ✓ Determini riscurile și beneficiile antreprenoriatului ca oportunitate în carieră
- ✓ Analizezi oportunități de dezvoltare a propriei afaceri prin programele de susținere a afacerilor
- ✓ Formulezi și argumentezi o idee de afaceri fezabilă
- ✓ Stabilești o modalitate de lansare a unei afaceri în raport cu opțiunile personale
- ✓ Identifici și utilizezi prevederile legislative referitoare la activitatea antreprenorială

Sarcina 1: Completați schema de mai jos cu factorii principali în alegerea propriei cariere**Sarcina 2: Completați grila privind stabilirea scopurilor pentru viitorul apropiat și viitorul îndepărtat.**

(Nota Bene! Atunci când completați fișa formulați scopurile în așa fel încât ele să fie măsurabile).

Nr.	SCOPUL
1.	Scopuri pentru ziua de astăzi (exemplu: să completez această Fișă pînă la cină) a)..... b)..... c).....
2.	Scopuri pentru săptămîna aceasta (exemplu, să încep exersarea comunicării în public) a)..... b)..... c).....
3.	Scopuri pentru vacanța de Crăciun/Paște (exemplu, să-mi elaborez propriul C.V.) a)..... b)..... c).....
4.	Scopuri pentru sfîrșitul anului de studii (exemplu, să prezint public planul meu de afaceri) a)..... b)..... c).....
5.	Scopuri pentru momentul în care voi împlini 25 de ani (exemplu: Scopul - să deschid propria afacere) a)..... b)..... c).....

Sarcina 3: Formulați cîte 3 obiective pentru scopurile propuse în Sarcina 2.

Nota Bene! Pentru realizarea scopurilor sunt necesare o serie de obiective. Ele trebuie să fie specifice, adică să răspundă la întrebările ce, cînd și cum veți face?

Nr.	OBIECTIVUL
1.	Obiective pentru ziua de astăzi (de exemplu: Scopul - să completez această fișă pînă la cină. Obiectivul: Să-mi notez ideile care îmi apar privind sarcina dată) a)..... b)..... c).....
2.	Obiective pentru săptămîna aceasta (de exemplu: Scopul - să încep exersarea comunicării în public. Obiectivul: să exersez vorbirea în fața oglinzii toată săptămîna.) a)..... b)..... c).....
3.	Obiective pentru vacanța de Crăciun/Paște (de exemplu: Scopul - să-mi elaborez propriul C.V. Obiectivul: Să-mi aleg din mai multe modele de C.V. din cărți, internet unul care se potrivește pentru mine pînă la începutul vacanței.) a)..... b)..... c).....
4.	Obiective pentru sfîrșitul anului de studii (de exemplu: Scopul - să prezint public planul meu de afaceri. Obiectivul: să-mi exersez discursul de prezentare a planului de afaceri cu o săptămîină înainte încheierea cursului „Bazele antreprenoriatului”) a)..... b)..... c).....
5.	Obiective pentru momentul în care voi împlini 25 de ani (i.e: Scopul - să deschid propria afacere. Obiectivul: a găsi surse de finanțare pentru propria afacere.) a)..... b)..... c).....

Sarcina 4: Identificați și notați următoarele aspecte:

Caracteristicile relevante (care se disting, deosebite, remarcante) ale Antreprenorului:

.....

.....

.....

.....

.....

Caracteristici irelevante (neimportante) ale Antreprenorului:

.....

.....

.....

.....

Exemple de persoane care se pot numi Antreprenori din comunitatea în care locuiți sau învățați:

.....

.....

.....

Non-exemple - adică persoane care nu se pot numi Antreprenori:

.....

.....

.....

Analogii, adică cu ce se poate asemena un antreprenor (animal, obiect, fenomen etc.):

.....

.....

.....

În baza tuturor caracteristicilor identificate mai sus elaborați o definiție proprie a antreprenorului:

.....

.....

.....

.....

Sarcina 5: Identificați propriile calități antreprenoriale.

.....

.....

.....

.....

Sarcina 6: Determinați avantajele și dezavantajele de a fi antreprenor

Avantaje	Dezavantaje
Libertatea de decizie	Riscul de a greși

Sarcina 7: Oferiți exemple de diverse tipuri de afaceri din comunitatea voastră.

Comerciale: magazin alimentar,

.....

Prestări servicii: stație de reparații auto,

.....

Producere: întreprindere de producere a mezelurilor,

.....

Sarcina 8: Alcătuiți propriul C.V (Curriculum Vitae).

C.V.

C.V.	
Date generale	
	Nume, prenume Data, luna, anul nașterii Adresa Tel, E-mail
Studii	
Stagii practice	
Experiență profesională	
Aptitudini și competențe	
Recomandări	Nume ale persoanelor și contactele acestora, care te cunosc bine

Data

Sarcina 9: Notați semnificația termenului ETICĂ PROFESIONALĂ în viziune proprie:

.....

.....

.....

.....

.....

Sarcina 10: Oferiți mai multe exemple: a) de bune practici și b) de practici negative în care s-a evidențiat etica profesională în afaceri

Bune practici	Practici negative
De exemplu: Vinzătorul din magazinul X, a returnat banii cumpărătorului pentru un produs necalitativ la prezentarea cecului de către client.	De exemplu: Prestatorul de servicii Z, a difuzat o reclamă mincinoasă privind oferirea de reduceri după cinci utilizări ale serviciului dat.

Notați care ar fi posibilele consecințe ale nerespectării eticii în afaceri asupra relației cu clienții sau partenerii?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Sarcina 11: Identificați avantajele pe care le oferă adoptarea unui comportament etic atât ca angajat cât și ca antreprenor.

.....

.....

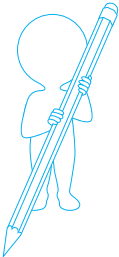
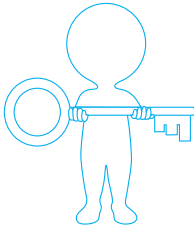
.....

.....

.....

.....

Lucrări practice pentru activitate individuală:

	<p>Lucrarea 1.1 Proiect de grup cu participarea (notați numele elevilor care au participat la elaborare):</p> <p>.....</p> <p>Alcătuți Portretul unui Antreprenor de succes:</p> <p><i>De exemplu: creativ, bun organizator etc.</i></p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
	<p>Lucrarea 1.2. Testarea propriilor capacități antreprenoriale.</p> <p>Completați Testul: Profilul personal de competențe antreprenoriale. Răspunsurile la întrebările din test trebuie să fie corecte și oneste, pentru a contura propriile puncte tari și slabe, șansele și riscurile posibile, precum și alte aspecte pe care în entuziasmul întemeierii afaceri proprii le poți neglija din diverse motive. Verificați punctajul acumulat! (vezi anexa nr?)</p>

TEST: Profilul personal de competențe antreprenoriale

Răspunsurile la întrebările din test trebuie să fie corecte și oneste, pentru că în baza lor se vor contura propriile puncte tari și slabe șansele și riscurile posibile, precum și alte aspecte pe care în entuziasmul întemeierii unei afaceri proprii le poți neglija din diverse motive. Verificați punctajul acumulat (vezi Anexa).

1. Ești genul de persoană care începe lucrurile din propria inițiativă?

- a) Dacă mă provoacă cineva, sunt apoi în măsură să duc pînă la capăt lucrurile,
- b) Mă implic și fac lucrurile în felul meu propriu. Nu am nevoie de cineva care să-mi spună să încep.
- c) Ușurel! Nu încep să fac ceva pînă nu sunt convins că trebuie.

2. Ce părere ai despre alți oameni?

- a) Majoritatea celor din jur mă enervează.
- b) Îmi plac oamenii. Pot să lucrez aproape cu oricine.
- c) Am suficienți prieteni și nu am nevoie de alții.

3. Îți poți conduce pe alții?

- a) Pot să conving oamenii să facă ceva, dacă îi conduc și le arăt cum să acționeze.
- b) Pot să conving majoritatea oamenilor să lucreze cu mine fără prea multă dificultate.
- c) De obicei las pe altcineva să pună lucrurile în mișcare.

4. Poți să-ți asumi responsabilități?

- a) Voi prelua responsabilitatea dacă va fi nevoie, dar prefer ca altcineva să fie direct responsabil.
- b) Întotdeauna există o persoană curajoasă prin jur, nerăbdătoare să iasă în față. Eu zic s-o lăsăm pe ea să-ți asume responsabilitățile.
- c) Îmi place să-mi asum lucrurile în care sunt implicat și să le văd cum evoluează.

5. Ce fel de organizator ești?

- a) Îmi place să am un plan înainte de a începe. Eu sunt, de obicei, acela care stabilește ce este de făcut.
- b) Mă descurc bine pînă în momentul în care lucrurile devin foarte complicate. În momentul acela s-ar putea să am dificultăți.
- c) De regulă iau lucrurile așa cum sunt.

6. Ce fel de muncitor ești?

- a) Nu-mi dau seama dacă munca pe „brînci” duce la vreun rezultat.
- b) Pot munci din greu pentru un timp, dar cînd mă satur - gata!
- c) Pot să mă mobilizez atît timp cît este necesar.

7. Cum luați decizii?

- a) Iau decizii, dacă am timp suficient. Dacă trebuie să mă hotărâsc repede, de obicei repet alegerea făcută.
- b) De regulă mă pot hotărî rapid și deciziile pe care le iau sunt bune.
- c) Nu-mi place să fiu cel care ia hotărîrile! Probabil „o voi da în bară”!

8. Pot avea ceilalți încredere în ceea ce spui?

- a) Încerc să fiu la înălțime, dar uneori spun ce mi-e mai comod.
- b) Pot avea încredere totală! Nu obișnuiesc să spun lucruri pe care nu le cred.
- c) Ce rost are să transpiri, dacă celălalt oricum nu va ști diferența.

9. Cum duci lucrurile la bun sfîrșit?

- a) Îmi propun să fac ceva, nimic nu mă poate opri.
- b) Dacă treaba nu merge cum trebuie, o las baltă! De ce să-ți bagi capul!
- c) De regulă duc la bun sfîrșit ceea ce încep.

10. Poți să ții o evidență?

- a) Evidențele nu sunt necesare. Știu tot ce e necesar fără să țin evidență.
- b) Aș putea, dar e mai important să duci treaba la bun sfîrșit decît să-ți încarci activitatea cu cifre.
- c) De vreme ce sunt necesare, țin evidențe, chiar dacă nu-mi face prea mare plăcere.

Tema 1.2. Cadrul legal privind activitatea antreprenorială în Republica Moldova

Sarcina 1: Identificați caracteristicile generale ale actelor ce reglementează activitatea de antreprenariat.

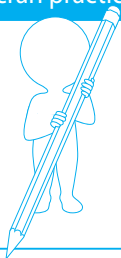
Actul normativ	Caracterizare generală
Codul Civil	Prevede
Codul Muncii	Reglementează:
Codul Fiscal	Stabilește:
Legea cu privire la antreprenariat și întreprinderi	Numește:
Legea cu privire la susținerea IMM	Clasifică:

Sarcina 2: Identificați etapele de înregistrare și necesarul de acte în dependență de forma organizatorico-juridică a activității antreprenoriale. Bifați!

Forma organizatorico-juridică a afacerii	Etapele de înregistrare a afacerii (bifați)	Actele necesare
Gospodărie țărănească (G.Ț.)	<input type="checkbox"/> la Camera de Înregistrări de Stat <input type="checkbox"/> la Primăria localității <input type="checkbox"/> la Inspectoratul Fiscal de Stat <input type="checkbox"/> Casa Națională de Asigurări Sociale <input type="checkbox"/> Compania Națională de Asigurări în Medicină <input type="checkbox"/> Biroul Național de Statistică	<input type="checkbox"/> Actul de constituire <input type="checkbox"/> Certificatul de înregistrare <input type="checkbox"/> Actul de proprietate asupra lotului <input type="checkbox"/> Extrasul din registru de stat <input type="checkbox"/> Contract de vânzare/cumpărare sau arendă pentru adresa juridică sau lotul de pământ <input type="checkbox"/> Adeverința de atribuire a codurilor statistice <input type="checkbox"/> Ordinul de angajare și buletinul contabilului-șef <input type="checkbox"/> Buletinul fondatorului și/sau administratorului <input type="checkbox"/> Decizia privind înregistrarea persoanei juridice, de la CÎS <input type="checkbox"/> Decizia fondatorilor, de la CÎS <input type="checkbox"/> Chitanța de achitare a taxei de înregistrare

<p><i>Societate cu răspundere limitată (SRL)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> la Camera de Înregistrări de Stat <input type="checkbox"/> la Primăria localității <input type="checkbox"/> la Inspectoratul Fiscal de Stat <input type="checkbox"/> Casa Națională de Asigurări Sociale <input type="checkbox"/> Compania Națională de Asigurări în Medicină <input type="checkbox"/> Biroul Național de Statistică 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Actul de constituire <input type="checkbox"/> Certificatul de înregistrare <input type="checkbox"/> Actul de proprietate asupra lotului <input type="checkbox"/> Extrasul din registru de stat <input type="checkbox"/> Contract de vânzare/cumpărare sau arendă pentru adresa juridică sau lotul de pământ <input type="checkbox"/> Adeverința de atribuire a codurilor statistice <input type="checkbox"/> Ordinul de angajare și buletinul contabilului-șef <input type="checkbox"/> Buletinul fondatorului și/sau administratorului <input type="checkbox"/> Decizia privind înregistrarea persoanei juridice, de la CÎS <input type="checkbox"/> Decizia fondatorilor, de la CÎS <input type="checkbox"/> Chitanța de achitare a taxei de înregistrare
<p><i>Patentă de întreprinzător</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> la Camera de Înregistrări de Stat <input type="checkbox"/> la Primăria localității <input type="checkbox"/> la Inspectoratul Fiscal de Stat <input type="checkbox"/> Casa Națională de Asigurări Sociale <input type="checkbox"/> Compania Națională de Asigurări în Medicină 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Buletinul de identitate <input type="checkbox"/> Confirmare privind achitarea contribuțiilor sociale și asigurărilor medicale <input type="checkbox"/> Ordinul de angajare și buletinul contabilului-șef <input type="checkbox"/> Chitanța de achitare a taxei de stat

Lucrări practice pentru activitate individuală:



Lucrarea 1.3. *Determinați documentele necesare pentru fiecare etapă a procesului de înregistrare a unei afaceri (cu forma organizatorico-juridică la alegere).*

Forma organizatorico-juridică a afacerii	Etapetele de înregistrare a afacerii	Actele necesare
	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

Tema 1.3. Antreprenoriatul în Moldova și rolul acestuia în economia țării

Sarcina 1: Argumentați care este rolul întreprinderilor mici și mijlocii (IMM) în economia țării.

.....

.....

.....

.....

Sarcina 2: Identificați cel puțin 3 programe de susținere a IMM-lor completând rubricile de mai jos.

De exemplu:

Denumirea programului: MEDA: J4Y

Organizația care oferă programul: Reprezentanța Winrock în Republica Moldova

Scopul programului: Acordarea de granturi tinerilor antreprenori, care doresc să inițieze o afacere sau să extindă afacerea deja existentă. Vor fi examinate cererile parvenite de la întreprinderile mici sau micro cu un potențial considerabil de expansiune, de creștere a productivității, și de creare a noi locuri de muncă, precum și cele care vor lansa produse noi pentru export sau pentru substituirea importului.

Grupul Țintă (Beneficiarii) Programul este destinat tinerilor pînă la 35 de ani

Contacte: str. Alexandru Hâjdeu 94/1, et. 3, of. 2, Chișinău MD-2001,
tel: (+373 22) 88.54.25 // 88.54.26 // 88.54.27 // 88.54.28,
fax: (+373 22) 54.04.66

Varianta 1

I. Denumirea programului:

Organizația care oferă programul:

Scopul programului:

.....

.....

Grupul Țintă (Beneficiarii):

Contacte:

Varianta 2

II. Denumirea programului:

Organizația care oferă programul:

Scopul programului:

.....

.....

Grupul Țintă (Beneficiarii):

Contacte:

Varianta 3

III. Denumirea programului:

Organizația care oferă programul:

Scopul programului:

.....

.....

Grupul Țintă (Beneficiarii):

Contacte:

Sarcina 3: Identificați posibilitățile de implicare a asociațiilor de business în perfecționarea mediului de afaceri.

De exemplu: Implicarea asociațiilor în perfecționarea cadrului legal ce ține de domeniul în care activează întreprinderile care sunt membri ale acesteia.

.....

.....

.....

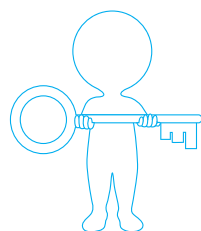
Tema 1.4. Opțiuni de lansare a unei afaceri

Sarcina 1: Completați rubricile „avantaje” și „dezavantaje” doar cu numerele acelor caracteristici pe care le considerați că se potrivesc

Modalități de lansare a afacerii	Avantaje	Dezavantaje	Caracteristici
Procurarea unei afaceri deja existente	De exemplu: 15,	De exemplu: 16,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Devii propriul tău șef 2. Interval de timp mai îndelungat pentru lansarea produsului sau serviciului 3. Libertate maximă de acțiune pentru întreprinzător 4. Credibilitate redusă din partea clienților, furnizorilor 5. Satisfacție personală 6. Dificultăți în atragerea surselor de finanțare și credibilitate redusă din partea finanțatorilor 7. Potențial nelimitat pentru câștig 8. Lipsă de suport 9. Investiție financiară inițială mai redusă 10. Responsabilitate unică 11. Provocare de a realiza propriul produs sau serviciu pe piață 12. Resurse limitate, în unele cazuri resurse și eforturi necesare subevaluate 13. Oportunitate de a dezvolta propriile practici de afaceri etc. 14. Adesea, timp insuficient pentru marketing, necesitatea unor resurse adiționale etc. 15. Afacerea este deja creată și activează 16. Afacerea poate avea o imagine sau situație anterioară nefavorabilă
Lansarea unei afaceri de la „zero”			<ol style="list-style-type: none"> 17. Posibilitate de a activa și a plăti salarii chiar din prima lună 18. Valoarea afacerii poate fi dificil de determinat 19. Reputația bună a întreprinderii și moștenirea situației anterioare favorabile 20. Activele pot fi supra-evaluate 21. Echipamente și utilaje deja existente și angajați instruiți 22. Sentiment redus al satisfacției personale de la crearea și consolidarea afacerii proprii 23. Posibilitatea planificării în baza unor date reale 24. Probabilitatea moștenirii angajaților care nu împărtășesc altă viziune și pot opune rezistență la orice schimbare 25. Oportunitate semnificativă de cercetare, pentru a identifica și evalua viabilitatea afacerii 26. Modificarea sau schimbarea practicilor anterioare de afaceri poate duce la anumite pierderi ai clienților firmei 27. Preluarea unei afaceri viabile 28. Posibilitatea de a accesa mai ușor finanțarea 29. Costuri înalte pentru francize și alte taxe
Contractul de franciză			<ol style="list-style-type: none"> 30. Investiția inițială mai redusă ar putea spori posibilitatea de obținere mai rapidă a profitului 31. Inflexibilitate din cauza restricțiilor sau numelui comercial impus de francizor 32. Imagine foarte bună și acces la publicitate 33. Libertate redusă în organizarea și dezvoltarea afacerii 34. Folosirea unei mărci comerciale cunoscute 35. Dificultăți la vânzarea francizei 36. Acces la instruire de calitate 37. Existența unor riscuri specifice 38. Asistență tehnică și managerială

Sarcina 2: Identificați responsabilitățile antreprenorului în dependență de statutul său juridic.

Forma organizatorico-juridică	Statutul juridic (bifați)	Responsabilitatea antreprenorului
<i>Gospodărie țărănească (G.Ț.)</i>	Antreprenor –persoană: <input type="checkbox"/> fizică <input type="checkbox"/> juridică	<i>De exemplu: prin averea antreprenorului</i>
<i>Societate cu răspundere limitată (S.R.L.)</i>	Antreprenor –persoană: <input type="checkbox"/> fizică <input type="checkbox"/> juridică	
<i>Întreprindere individuală (Î.I.)</i>	Antreprenor –persoană: <input type="checkbox"/> fizică <input type="checkbox"/> juridică	
<i>Societate în nume colectiv (S.N.C.)</i>	Antreprenor –persoană: <input type="checkbox"/> fizică <input type="checkbox"/> juridică	
<i>Patentă de întreprinzător</i>	Antreprenor –persoană: <input type="checkbox"/> fizică <input type="checkbox"/> juridică	



Studiul de caz Nr.1.

De mulți ani, Vasile Plămădeală lucrează în calitate de cizmar la o casă de servicii sociale din orașul Bălți. În sfârșit, el a decis să devină antreprenor, lansând propria afacere. Astfel, Vasile Plămădeală a decis să deschidă o gheretă în satul său de baștină, prestînd servicii de reparație a încălțămintei.

Nefiind bine informat în ceea ce privește formele organizatorico-juridice a afacerii, Vasile Plămădeală a cerut sfatul prietenilor săi, care i-au recomandat să-și înregistreze afacerea sub formă de întreprindere individuală (Î.I.) sau societate cu răspundere limitată (S.R.L.).

Sarcină:

1. Ajutați-l pe Vasile Plămădeală să aleagă cea mai potrivită formă organizatorico-juridică pentru desfășurarea activității sale, evidențiind avantajele/dezavantajele în cazul alegerii fiecărei din forme de înregistrare pe care i-au recomandat prietenii săi.
2. Totodată, ajutați-l pe Vasile Plămădeală să aleagă o denumire corectă și adecvată sub care își poate înregistra afacerea.

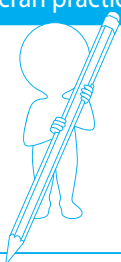
1. Forma organizatorico-juridică a afacerii

Avantaje Î.I.	Dezavantaje Î.I.
Avantaje S.R.L.	Dezavantaje S.R.L.

Consider că cea mai potrivită formă organizatorico-juridică a afacerii dlui V. Plămădeală ar fi, deoarece

2. Denumirea potrivită în cazul formei organizatorico-juridice ar fi următoarea:, deoarece

Lucrări practice pentru activitate individuală:



Lucrarea 1.4. Determinați forma organizatorico-juridică pentru o idee de afaceri și argumentați modalitățile de lansare a acesteia. Completați spațiile de mai jos.

Ideea de afaceri	Modalitatea de lansare	Forma organizatorico-juridică a afacerii

Am ales această modalitate de lansare a afacerii deoarece

Am optat pentru forma organizatorico-juridică respectivă fiindcă

Chiar dacă nu m-am gândit la acest lucru până acum, însă după cele învățate în cadrul acestei teme mi-am dat seama că toate modalitățile de lansare a afacerii au o serie de dezavantaje.

Principalul dezavantaj al modalității de lansare a afacerii ales de mine este

Consider că dezavantajul respectiv poate fi depășit în felul următor:

Tema 1.5. Primii pași spre o afacere reușită

Sarcina 1: Gîndiți-vă la principalele motive pentru care ați începe o afacere

Notați-le mai jos:

Categoriile de motivații	Motive
Motivații profesionale
Motive psihologice
Motivații materiale
Motivații morale

Sarcina 2: Formulați cel puțin 3 idei de afaceri, utilizînd diverse surse de informații

Mi-aș dori...	Ideea de afaceri privind produsul/serviciul
.....
Prietenii, colegii și cunoscuții mei și-ar dori....
.....

1. Ideea de afaceri:
2. Ideea de afaceri:
3. Ideea de afaceri:

Lucrări practice pentru activitate individuală:



Lucrarea 1.5. Alegeți una din ideile de afaceri identificate anterior și evaluați-o prin intermediul analizei SWOT.

Ideea mea de afaceri:

PUNCTE TARI	PUNCTE SLABE
<i>De exemplu: O bună calificare a personalului</i>	<i>De exemplu: Resurse financiare limitate</i>
OPORTUNITĂȚI	RISCURI
<i>De exemplu: Acces la piața externă</i>	<i>De exemplu: Schimbarea legislației în domeniu</i>



Lucrarea 1.6. Identificați posibilele bariere în calea realizării ideii de afacere evaluate și găsiți soluții pentru depășirea acestora.

Bariere posibile	Modalități de depășire a acestora
<i>De exemplu: Resurse financiare limitate</i>	<i>De exemplu: Participarea la anumite programe de granturi sau microfinanțare</i>

Tema 1.6. Impozite plătite de către antreprenori

Sarcina 1: Examinați mărimea taxelor locale aferente unei activități de antreprenorat (la alegere) în regiunea în care locuiți/învățați și notați-le, completând spațiile de mai jos.

De exemplu:

Activitatea: deschiderea unei gherete de comercializare a produselor alimentare de 20 m²

Localitatea: în or. Edineț.

Anul: pentru anul 2013.

Taxe locale Taxa pentru amenajarea teritoriului 120 lei pe an (Sursa: www.primariaedinet.md)
Taxa pentru unitățile comerciale și/sau de prestări servicii de deservire socială -700 lei;

Activitatea:

Localitatea:

Anul:

Taxe locale specifice domeniului de activitate:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Sarcina 2: Calculați suma Impozitului pe venit în dependență de forma organizatorico-juridică a afacerii și venitul anual al acesteia

Nr.	Forma organiza-torico-juridică	Suma venitu-lui anual (lei)	Mărimea (cota) im-pozitului plătite de antreprenor (%)	Calcularea sumei impozitului (defalcărilor) în lei
1.	Gospodărie țărănească (G.Ț.)	20.000		
		30.000		
Total defalcări		20.000		
		30.000		
2.	Societate cu răspundere limitată (S.R.L.)	30.000		
Total defalcări		30.000		
3.	Patenta	50.000		
Total defalcări		30.000		

Sarcina 3: Calculați suma defalcărilor privind contribuțiile de asigurare socială obligatorie și contribuțiile de asigurare medicală pentru un fond lunar de salarizare egal cu 10.000 lei pe care l-a achitat un antreprenor angajaților săi.

Nr.	Tipul de contribuții	Mărimea contribuțiilor plătite de antreprenor	Calcularea sumei contribuțiilor (defalcărilor)
1.	Contribuții de asigurare socială		
2.	Contribuții de asigurare medicală		
3.	Total defalcări		

Sarcina 4: Determinați care este rolul impozitelor prin prisma următorului citat „Impozitele sunt ceea ce plătim pentru o societate civilizată” (Oliver Wendell Holmes)

.....

.....

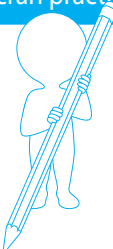
.....

.....

.....

.....

Lucrări practice pentru activitate individuală:

	<p>Lucrarea 1.7. Identificați impozitele și taxele plătite de către un antreprenor, inclusiv a contribuțiilor sociale obligatorii. Completați spațiile de mai jos.</p>
<p>Tipul de impozite și contribuții</p>	<p>Caracterizare generală:</p>
<p>Impozit pe venit</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>Achitate de toți: persoane fizice și juridice</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

Acest compartiment te va face cunoscut cu conceptul de management, importanța procesului de planificare și gestionare a unei activități antreprenoriale. Modulul II va familiariza cu principalele elemente din teoria și practica managerială: funcțiile, strategiile, organizarea, coordonarea și controlul afacerii.

Un subiect aparte îl va constitui managementul resurselor umane și anume, metodele eficiente de recrutare, selectare și motivare a personalului. Ultima temă a modulului se referă la aspectele ce țin de riscurile posibile în activitatea de antreprenariat și metodele de diminuare a lor.

După studierea acestui compartiment, vei fi CAPABIL SĂ:

- ✓ Argumentezi importanța managementului în gestionarea unei afaceri
- ✓ Identifici principale activități de gestionare a afacerii
- ✓ Aplici metode de recrutare, selectare și motivare a personalului
- ✓ Calculezi salariul și fondul de salarii ale angajaților
- ✓ Determini indicatorii de evaluare a muncii angajaților
- ✓ Analizezi riscurile unei afaceri și modalitățile de minimalizare a lor

Tema 2.1. Aspecte generale privind gestionarea unei afaceri

Sarcina 1: Identificați calitățile pe care trebuie să le posede un manager bun.

De exemplu: - să fie un bun organizator pentru a realiza activitățile planificate;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Sarcina 2: Determinați care sunt avantajele planificării activităților în procesul de gestionare a afacerii.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Sarcina 3: Elaborați scopul, 2-3 obiective, strategii și planul de acțiuni privind ideea proprie de afaceri, care să corespundă cerințelor de formulare.

Scopul:

„În anul, ne propunem să lansăm afacerea, care va avea un profit de lei. Afacerea va oferi destinate.....”

Obiectivele:

„Lansarea unui număr de produse/servicii noi în perioada”

„Creșterea vânzărilor cu lei în perioada.....”

Strategia:

Lansarea produsului pe piața localității(lor)

Clienții-țintă vor fi
 și din localitatea
 Reducerea costurilor de producere prin
 Stimularea implicării angajaților prin
 Stabilirea unor parteneriate cu și

Plan de acțiuni:

Nr.	Activitatea	Perioada de realizare	Persoana responsabilă
1.	Cercetarea pieței	9-15 septembrie 2013	Antreprenorul-manager
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			

Tema 2.2. Organizarea și coordonarea unei activități antreprenoriale

Sarcina 1: Identificați și notați următoarele aspecte:

a) Alcătuiți o listă a etapelor de producere a bunului/ prestare a serviciului selectat pentru afacerea proprie și estimați timpul necesar pentru producerea sau prestarea acestuia.

Nr.	Etapa	Estimarea timpului de producere	
		Timp mediu (minute)	Timp maxim în minute (rezervați o marjă de 10% pentru situații neprevăzute)
	Prepararea aluatului pentru plăcinte (i.e)	15	17
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

b) Determinați care etape ale procesului de producere/prestare servicii pot fi realizate simultan, elaborând în baza lor un plan zilnic al activităților.

Nr.	Etapa	Estimarea timpului de producere		
		Timpul de începere (ore)	Timpul de finalizare (ore)	Durata + timp maxim (minute)
	Prepararea aluatului pentru plăcinte	8:00	8:15	15 min.+ 2 min. de rezervă =17
	Prepararea umpluturii pentru plăcinte	8:00	8:15	17
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

Sarcina 2: Descrieți câteva din condițiile de muncă pe care angajatorul este obligat să le asigure pentru desfășurarea unei (propriei) afaceri; Selectați exemple conforme cu domeniul de activitate al acesteia.

Norme tehnice

.....

Norme de securitate a muncii

.....

Norme sanitaro-igienice

.....

Sarcina 3: Determinați posturile de muncă necesare pentru propria afacere.

.....

.....

Este important să elaborați o Organigramă (o structură organizatorică) a întreprinderii (afacerii) dvs., în paralel cu enumerarea posturilor și funcțiilor, atribuite personalului implicat în administrarea și desfășurarea activității de antreprenariat.

Asigurați-vă ca activitățile cheie – de management administrativ și financiar, contabilitate, consultare juridică, de securitate, de producere/prestare servicii, lucrul cu clienții, promovare, distribuție, etc. sunt acoperite de toate posturile de muncă pe care le creați.

Sarcina 4: Completați fișa de post pentru un post pe care îl considerați necesar în desfășurarea propriei afaceri.

Întreprinderea:	
FIȘĂ DE POST	
contractului de muncă nr.din data de	
Denumirea postului:	
Conducere:	
Subordonare:	
Nr. de subordonați:	
Scopul postului:	
Orar de lucru:	
Sarcini și îndatoriri:	<ul style="list-style-type: none"> • • •
Responsabilități ale postului:	<ul style="list-style-type: none"> • Răspunde disciplinar, contravențional sau penal, după caz, pentru neîndeplinirea sau îndeplinirea necorespunzătoare a sarcinilor de serviciu
Cerințele postului:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Studii ▪ Experiență de muncă în domeniu ani; ▪ Posesia categoriei ▪ Punctualitate, responsabilitate,
Condiții de muncă:	Munca se va desfășura la/ în afara (încercuți) întreprinderii, se asigură echipament de muncă
Salarizare:	Salariul lunar este delei .

Director General

(numele, prenumele, semnătura)

Am luat la cunoștință,

(numele, prenumele, semnătura angajatului)

Data:

Sarcina 5: Alcătuiți un anunț de angajare pentru un post necesar pentru propria afacere.

Întreprinderea care este specializată în
angajează o persoană în postul de

Cerințele față de candidat:

- Studii.....;
- Experiență în domeniu ani;
- Posesia categoriei.....;
- Punctualitate, responsabilitate,.....

Candidații interesați pot trimite pînă la data de un Curriculum Vitae, la nr. de fax:
..... sau la următoarea adresă de e-mail: Numai candidații selectați vor fi invitați la un
interviu, a cărui dată va fi stabilită de comun acord cu aceștia.

Sarcina 6: Elaborați un set de întrebări pentru interviul de selecție.

De exemplu: Care sunt punctele dvs. forte?

.....
.....
.....
.....

Sarcina 7: Elaborați o probă de testare a aptitudinilor candidaților.

De exemplu: pentru postul de bucătar propuneți candidaților să demonstreze cum se înfășoară sarmalele.

.....
.....
.....
.....

Sarcina 8: Identificați caracteristicile unei comunicări eficiente cu:

Angajații

.....

Clienții

.....

.....

Sarcina 9: Selectați doi colegi cărora le puteți delega postul de loțiitor al șefului-grupeii, notînd mai jos aspectele importante ce țin de acest proces.

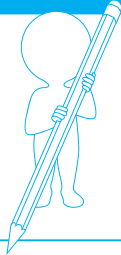
Numele colegilor delegați:

- Lucrultrebuie executat fiindcă,
- Așteaptă de la voi următoarele acțiuni
- Termenul de executare a lucrării este
- Puteți decide următoarele aspecte

.....

- Puteți să vă adresați cu următoarele probleme:
- La finalul semestrului veți prezenta
- Voi verifica
- Pentru îndeplinirea sarcinilor puteți utiliza resursele următoare:

Lucrări practice pentru activitate individuală:



Lucrarea 2.1. Identificați necesarul de personal la etapa de inițiere a afacerii și propuneți 3-5 criterii de selectare ale acestuia.
Completați spațiile de mai jos:

Postul necesar	Nr. de persoane în post	Criteriul de selectare
Frizer	1	* Acuratețea și rapiditatea cu care lucrează * Disponibilitatea de a comunica cu clienții * Existența experienței în domeniu

Tema 2.3. Motivarea angajaților

Sarcina 1: Stabiliți metodele de motivare a personalului implicat în propria afacere, argumentând răspunsul.

Metode nefinanciare

.....

.....

Metode financiare

.....

.....

Sarcina 2: Calculați salariul net care urmează să-l primească angajatul, dacă un antreprenor dorește să ofere un salariul brut de 5500 lei.

Nr.	Tipul impozit și contribuții	Mărimea impozitului/ contribuțiilor plătite de antreprenor	Calcularea sumei impozitului și a contribuțiilor (defalcărilor)
1	Impozitului pe venit reținut din salariu		
2	Contribuții de asigurare socială		
3	Contribuții de asigurare medicală		
Total defalcări			
Salariul net			

Sarcina 3: Calculați fondul de salarizare lunar și cel anual planificat pentru personalul necesar propriei afaceri.

Nr. d/o	Funcția	Nr. de persoane	Salariul lunar, lei
1			
2			
3			
4			

Calcularea fondului de salarizare anual planificat:

1. Salariul mediu lunar a unui angajat:

.....

2. Fondul de salarizare va constitui:

.....

3. Contribuțiile sociale și medicale care vor fi achitate de antreprenor în bugetul de stat odată cu calcularea salariului:

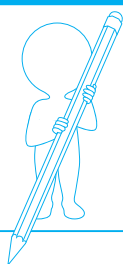
.....

.....

4. Cheltuielile totale legate de salarizare:

.....

Lucrări practice pentru activitate individuală:



Lucrarea 2.2. Identificați modalitățile de salarizare a personalului angajat în baza unui studiu de caz.

Studiul de caz Nr.2.

Ana este proprietara unei brutării mici unde sînt încadrați 6 angajați, fiecare avînd un salariu lunar specific funcției sale. Repartiția angajaților și salariul lunar al acestora se prezintă în următorul tabel.

Sarcină: În baza datelor prezentate se calculează salariul mediu lunar, fondul de salarizare și cheltuielile salariale totale pentru afacerea Anei.

Nr. d/o	Funcția	Nr. de persoane	Salariul lunar, lei
1	Director	1	5800
2	Contabil	1	1500
3	Brutari	3	4000
4	Muncitor	1	3700

Calcularea fondului de salarizare anual planificat:

1. Salariul mediu lunar a unui angajat:

.....
.....
.....

2. Fondul de salarizare va constitui:

.....
.....
.....

3. Contribuțiile sociale și medicale, de achitat de antreprenor în bugetul de stat odată cu calcularea salariului:

.....
.....
.....

4. Cheltuielile totale legate de salarizare:

.....
.....
.....

Tema 2.4. Controlul afacerii

Sarcina 1: Identificați domeniile asupra cărora veți axa controlul propriei afacerii.

De exemplu: Controlul calității prin respectarea standardelor de calitate, normelor tehnologice în vigoare etc.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Sarcina 2: Determinați metodele de evaluare pe care le-ați putea aplica pentru posturile necesare. Argumentați răspunsul.

De exemplu: Paznicul poate fi evaluat prin metoda incidentelor critice, deoarece munca lui presupune respectarea disciplinei și ordinii, respectiv se va evalua comportamentul persoanei ce ocupă postul dat.

.....

.....

.....

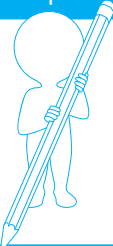
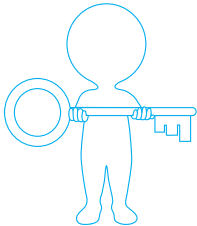
.....

.....

.....

.....

Lucrări practice pentru activitate individuală:

	<p>Lucrarea 2.3. Determinați indicatorii de eficiență a muncii în baza unui studiu de caz privind:</p> <ul style="list-style-type: none">• Productivitatea muncii• Calitatea procesului de producție• Eficiența utilizării resurselor
	<p>Studiul de caz Nr.3.</p> <p>Întreprinderea este specializată în</p> <p>.....</p> <p>În anul numărul pe care le-au produs/acordat este de unități, iar prețul mediu de comercializare a unui (produs/serviciu) constituia lei. Un număr de angajați au muncit de zile în an și câte ore în fiecare zi.</p>

Sarcini:

1. Determinați productivitatea muncii angajaților exprimate în unități de timp, unități naturale și unități valorice;
2. Determinați eficiența utilizării resurselor în baza rezultatelor calculelor privind productivitatea muncii;
3. Identificați standardul de calitate pentru producerea/acordarea serviciilor de pe piața Republicii Moldova.

Rezolvare:

1. Calcularea productivității muncii în:

a. unități de timp (ore) pentru un articol/serviciu:

.....
.....

b. unități de naturale confecționate/acordate de un angajat:

.....
.....

c. unități valorice (lei) generate de un angajat:

.....
.....

2. Introduceți datele obținute la calcularea productivității muncii în tabelul de mai jos și analizați-le. Determinați care dintre indicatorii prevăzuți în tabel pot fi modificați pentru a se eficientiza resursele și mări productivitatea muncii.

Nr. sarcinii	Nr. angajați	Nr. zile lucrate	Prețul mediu de vânzare a unei unități (lei)	Nr. total de unități produs/acordate pe an	Timpul consumat pentru o unitate (ore)	Nr. de unități produse/acordate de un angajat	Unități valorice (lei) generate de un angajat
1							
2							

2.1. Calcularea productivității muncii în:

a. unități de timp (ore) pentru un articol/serviciu:

.....
.....
.....

b. unități naturale confecționate/acordate de un angajat:

.....
.....
.....

c. unități valorice (lei) generate de un angajat:

.....
.....
.....

Concluzii: Prin compararea rezultatelor obținute se poate observa că păstrînd

..... și majorînd

..... se va micșora

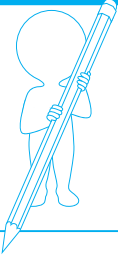
..... cu ...%, cît și

..... cu ...%.

3. Standardele de calitate pentru produsul/serviciul

.....
.....
.....

Lucrări practice pentru activitate individuală:



Lucrarea 2.4. Stabiliți normele de lucru la diferite lucrări.

Regulamentul intern al(denumirea întreprinderii)

Regulamentul intern este un act juridic, întocmit de după consultarea reprezentanților angajaților (Comitetului sindical al întreprinderii) și aprobat prin Ordinul directorului general. Regulamentul intern este întocmit în baza Constituției Republicii Moldova, Codului Muncii și altor legi și acte normative, care conțin normele privind dreptul muncii.

Norma de timp:

Durata zilnică normală a timpului de muncă constituie ore.

Durata normală a timpului de muncă al salariaților întreprinderii nu poate depăși ... de ore pe săptămână.

Timpului de muncă în cadrul săptămânii este de zile, cu zile de repaus - și

Programul zilnic al timpului de muncă: Pauza de masă:

Norma de producție:

Numărul de produse/servicii acordate /oră (ore)/ zi/ lună (subliniați)

Procesul de producere/ prestare a are un număr de etape.

Fiecare etapă de producere necesită în mediu minute/ ore/ zile (subliniați).

Total pentru producerea/ prestarea a e necesar minute/ ore/ zile (subliniați).

Tema 2.5. Riscurile în activitatea de antreprenoriat și gestionarea acestora

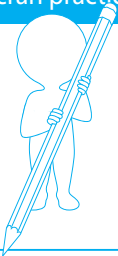
Sarcina 1: Definiți noțiunea de risc.

.....
.....
.....

Sarcina 2: Indicați tipurile de risc specifice pentru afacerea proprie. Argumentați răspunsul.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Lucrări practice pentru activitate individuală:



Lucrarea 2.5. Identificați riscurile specifice propriei idei de afaceri și a procedurii de minimizare a acestora

Completați Matricea de analiză și diminuare a riscurilor.

Matricea de analiză și diminuare a riscurilor (Lucrarea 2.5)

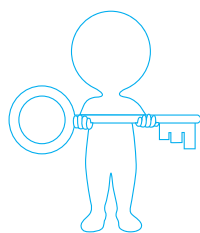
Nr.	Tipul de afacere	Tipul de risc	Probabilitatea apariției (în 12 luni)	Impactul asupra afacerii	Soluții de reducere sau îndepărtare a riscului		
					Eliminarea riscului	Diminuarea riscului	Transmiterea riscului
1							
2							
3							
4							
5							

La compartimentul dat te vei informa privind rolul resurselor financiare, evidența și gestionarea acestora în afaceri. În cadrul modului III vei avea posibilitatea de a-ți forma competențe ce țin de analiza și evidența financiară a unei afaceri. Însușirea acestor competențe îți va permite să fii capabil de a gestiona atât banii și bunurile proprii cât și cele ale activității de antreprenariat. Conținutul modulului dat pune accentul pe importanța planificării necesarului de capital în orice activitate și îndeosebi pentru realizarea unei idei de afaceri.

După studierea acestui compartiment, vei fi CAPABIL SĂ:

- ✓ Operezi cu noțiuni de evidență financiară a activității de antreprenariat în diverse contexte
- ✓ Identifici sursele de finanțare a unei afaceri
- ✓ Interpretezi datele unui bilanț contabil
- ✓ Calculezi necesarul de surse financiare pentru inițierea unei afaceri
- ✓ Estimezi eficiența financiară a unei afaceri
- ✓ Realizezi evidența financiară a afacerii

Tema 3.1. Capitalul necesar pentru afacerea mea



Studiul de caz Nr.4.

După un studiu de piață, Maria (croitoreasă) a determinat o cerere mărită la pijamale pentru copii din bumbac, care se vînd la un preț mediu de 150 lei/bucata. Avînd economii proprii de 12.636 lei.

Maria hotărăște să inițieze un atelier de croitorie. Conform cercetărilor efectuate ea a determinat că ar putea coase, împreună cu mama sa, și ea croitoreasă, cîte 4 unități pe zi. La un orar de 5 zile pe săptămînă, ele vor confecționa 80 unități pe lună. Pentru aceasta Maria are nevoie de 2 mașini de cusut a cîte 2 500 lei, un salariu pentru fiecare a cîte 1 200 lei, aparat de casă 2 600 lei, telefon 300 lei, mobilier: raft, masă, vitrină - 2.350 lei

Pentru o unitate de producție va fi necesar 1,2 m de țesătură la preț de 50 lei/m și furnitură în sumă de 10 lei. Atelierul va fi amplasat în localul propriu, care pentru adaptare necesită cheltuieli în sumă de 2000 lei. Întreținerea atelierului – 1000 lei lunar (servicii comunale și servicii telefonice). Vor mai apărea alte cheltuieli operaționale 2000 lei. Cheltuieli de înregistrare a întreprinderii: înregistrarea la Inspectoratul Fiscal și Camera de Comerț – 1.200 lei, confecționarea ștampilei - 250 lei și obținerea diferitor autorizații – 800 lei*.

Sarcini:

1. Calculați necesarul de capital pentru inițierea atelierului de croitorie;
2. Determinați ponderea mijloacelor bănești proprii și a celor împrumutate.

* Toate cifrele/costurile sînt convenționale.

Rezolvare:

1. Calcularea necesarului de capital pentru inițierea atelierului de croitorie:

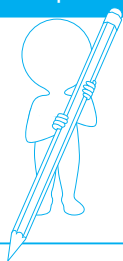
Categoria de cheltuieli	Conținutul operațiilor economice	Suma, lei
1. Procedurile legate de înregistrarea afacerii		
2. Adaptarea localului pentru deschiderea atelierului		
3. Procurarea mașinilor de cusut		
4. Procurarea meselor, rafturilor pentru vânzarea produselor, aparat de casă, telefon		
5. Procurarea materiei prime și a materialelor pentru 80 unități		
6. Fondul de salarizare pentru 1 lună, inclusiv defalcări în fondul social și asigurarea medicală	Croitoreasă (mama) $1 * 1200 - 114 = 1086$ lei. Ana croitoreasă-antreprenor $1 * 1200 - 114 = 1086$ lei	
7. Cheltuieli de întreținerea atelierului		
8. Alte cheltuieli operaționale neprevăzute		
Total mijloace bănești		

2. Calcularea ponderii mijloacelor bănești proprii și a celor împrumutate. Introduceți datele în tabelul de mai jos:

.....
.....

Surse de finanțare:	Suma, lei	Ponderea, %
1. Mijloace bănești proprii		
2. Mijloace împrumutate		
Total necesar de capital		

Lucrări practice pentru activitate individuală:



Lucrarea 3.1.

Determinați necesarul de capital pentru inițierea propriei afaceri.

Sarcini: 1) Calculați necesarul de capital pentru inițierea atelierului de croitorie;

2) Determinați ponderea mijloacelor bănești proprii și celor împrumutate.

Rezolvare:

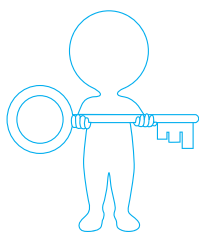
1. Calcularea necesarului de capital pentru inițierea atelierului de croitorie

Categoria de cheltuieli	Conținutul operațiilor economice	Suma, lei
<i>Total mijloace bănești</i>		

2. Calcularea ponderii mijloacelor bănești proprii și a celor împrumutate. Introduceți datele în tabelul de mai jos:

Surse de finanțare:	Suma, lei	Ponderea, %
1. Mijloace bănești proprii		
2. Mijloace împrumutate		
Total necesar de capital		

Tema 3.2. Sursele de finanțare a afacerii

	<p>Studiul de caz Nr.5</p> <p>Pentru lansarea afacerii Ion Ciobanu a decis să ia un credit cu următoarele condiții de creditare:</p> <ul style="list-style-type: none">• Suma creditului: 3000 lei.• Data acordării: 01.04.2013.• Data finală a contractului: 30.03.2014.• Rata de credit, %• Condiții de rambursare a creditului:<ol style="list-style-type: none">a. data finală a contractului de credit;b. plăți egale semi-anuale;c. plăți egale în fiecare trimestru;d. perioada de grație la credit - 4 luni, apoi plăți egale în fiecare trimestru.• Periodicitatea achitării dobânzii: trimestrial.
---	---

Sarcină:

1. Calculați suma plății periodice la credit pe trimestru;
2. Determinați suma dobânzii pentru fiecare trimestru;
3. Întocmiți graficul de rambursare a creditului și a dobânzii aferente.

Rezolvare:

A) Rambursarea creditului la data finală a contractului

1. Calcularea sumei plății periodice la credit pe trimestru:
.....

2. Calcularea sumei dobânzii pe fiecare trimestru:
.....

3. Graficul de rambursare a creditului și a dobânzii aferente:

Data efectuării plății	Numărul de zile	De rambursat			Suma (soldul) creditului
		Total	inclusiv		
			Dobânda	Creditul	
30.06.2013	90				
30.09.2013	90				
30.12.2013	90				
30.03.2014	90				
TOTAL	360				

B) Rambursarea creditului semi-annual:

1. Suma plății periodice la credit pe fiecare jumate de an:

.....

2. Suma dobânzii pe fiecare trimestru:

Calcularea sumei dobânzii (SD) pe trimestrul II și III din 2013:

Calcularea sumei dobânzii (SD) pe trimestrul IV din 2013 și trimestrul I din 2014: soldul creditului la începutul trimestrului va fi:

3. Graficul de rambursare a creditului și a dobânzii aferente:

Data efectuării plății	Numărul de zile	De rambursat			Suma (soldul) creditului
		Total	inclusiv		
			Dobânda	Creditul	
30.06.2013	90				
30.09.2013	90				
30.12.2013	90				
30.03.2014	90				
TOTAL	360				

C) Suma plății periodice la credit pe fiecare trimestru:

1. Suma plății periodice la credit pe fiecare trimestru al anului:

.....

2. Suma dobânzii pe fiecare trimestru:

Calcularea sumei dobânzii (SD) pe trimestrul II din 2013:

Calcularea sumei dobânzii (SD) pe trimestrul III din 2013: soldul creditului la începutul trimestrului va fi:

Calcularea sumei dobânzii (SD) pe trimestrul IV din 2013: soldul creditului la începutul trimestrului va fi:

Calcularea sumei dobânzii (SD) pe trimestrul I din 2014: soldul creditului la începutul trimestrului va fi:

3. Graficul de rambursare a creditului și a dobânzii aferente:

Data efectuării plății	Numărul de zile	De rambursat			Suma (soldul) creditului
		Total	inclusiv		
			Dobânda	Creditul	
30.06.2013	90				
30.09.2013	90				
30.12.2013	90				
30.03.2014	90				
TOTAL	360				

D) Perioada de grație la credit - 4 luni, apoi plăți egale în fiecare trimestru:

1. Suma plății periodice la credit pe fiecare trimestru:

Calcularea sumei dobânzii (SD) pe trimestrul II din 2013:

.....

Calcularea sumei plății la credit pe trimestrul III din 2013, luând în calcul perioada de grație de 4 luni:

.....

Calcularea plății la credit pe trimestrul IV din 2013 și trimestrul I din 2014:

.....

2. Suma dobânzii pe fiecare trimestru:

Calcularea sumei dobânzii (SD) pe trimestrul II din 2013:

.....

Calcularea sumei dobânzii (SD) pe trimestrul III din 2013:

.....

Calcularea sumei dobânzii (SD) pe trimestrul IV din 2013:

.....

Calcularea sumei dobânzii (SD) pe trimestrul I din 2014:

.....

3. Graficul de rambursare a creditului și a dobânzii aferente:

Data efectuării plății	Numărul de zile	De rambursat			Suma (soldul) creditului
		Total	inclusiv		
			Dobânda	Creditul	
30.06.2013	90				
30.09.2013	90				
30.12.2013	90				
30.03.2014	90				
TOTAL	360				



Lucrări practice pentru activitate individuală:

Lucrarea 3.1. Solicitați de la 3 bănci comerciale sau instituții de microfinanțare informații despre creditarea micului business din RM și prezentați ofertă optimă. Anexați materialele informaționale obținute în caietul de sarcini la pagina dată.

Tema 3.3. Eficiența economico-financiară a afacerii

Sarcina 1: Investițiile făcute de un antreprenor sînt de 12.000 lei. A avut vînzări: în 1 an – 3.000 lei; al 2-lea an – 4.500 lei; al 3-lea an – 7.000 lei. Completați tabelul de mai jos cu datele obținute la calcularea perioadei de recuperare a investiției.

Calcularea perioadei de recuperare a investițiilor:

.....

.....

ANII	0	1	2	3
Fluxul bănesc (lei)	-12000	3000	4500	7000
Flux cumulativ net (lei)		-9000	-4500	2500
Perioada de recuperare a investiției, ani				

Sarcina 2: Un antreprenor a investit 15.000 lei; A avut vînzări: în 1 an – 2.000 lei; al 2-lea an – 4.000 lei; al 3-lea an – 6.000 lei; al 4-lea an – 6.000 lei.

Sarcină: Completați tabelul de mai jos cu datele obținute la calcularea perioadei de recuperare a investiției.

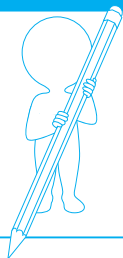
Calcularea perioadei de recuperare a investițiilor:

.....

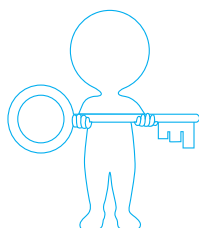
.....

ANII	0	1	2	3	4
Fluxul bănesc (lei)	-15000	2000	4000	6000	6000
Flux cumulativ net (lei)		-13000	-9000	-3000	3000
Perioada de recuperare a investiției (ani)					

Lucrări practice pentru activitate individuală:



Lucrarea 3.2. Identificați și prezentați cel puțin 3 criterii de măsurare a eficienței economico-financiare a afacerii.



Studiul de caz Nr.6.

Maria ar vrea să deschidă un atelier de croitorie sub formă de întreprindere individuală. Pentru inițierea afacerii ea are nevoie de 25.272 lei dintre care 12.636 lei sunt economii proprii, iar restul banilor îi poate împrumuta de la rude cu condiția să returneze suma respectivă după un an de activitate.

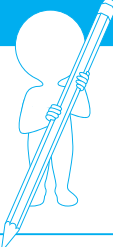
Maria a prognozat un venit din vînzări de 187.200 lei. Din această sumă ea va trebui să achite impozitele și suma luată cu împrumut. Ea nu este sigură dacă merită sau nu să se lanseze în afaceri.

Sarcini:

1. Determinați suma profitului, pe care îl va obține Maria la sfârșitul anului;
2. Calculați rentabilitatea financiară a afacerii, pe care Maria intenționează să o lanseze;
3. Calculați rentabilitatea economică a afacerii;
4. Calculați rentabilitatea vânzărilor din afacere;
5. Formulați recomandări privind rentabilitatea afacerii.

Rezolvare:

1. Determinarea sumei profitului pe care îl va obține Maria la sfârșitul anului:
Achitarea sumei datorate
Calcularea impozitului
.....
Profitul net
2. Calcularea rentabilității financiare a afacerii pe care Maria intenționează s-o lanseze:
.....
3. Calcularea rentabilității economice a afacerii:
.....
4. Calcularea rentabilității vânzărilor din afacere:
.....
5. Formularea recomandărilor privind rentabilitatea afacerii:
.....

Lucrări practice pentru activitate individuală:	
	Lucrarea 3.3. Calculați pragul de rentabilitate a unei afaceri în baza unui studiu de caz.
	Studiul de caz Nr.7. Întreprinderea „Florica” produce ghiveciuri de argilă pentru flori decorative. Acestea se comercializează cu 90 lei bucata. Cheltuielile totale pe o lună sunt de 2.050 lei.

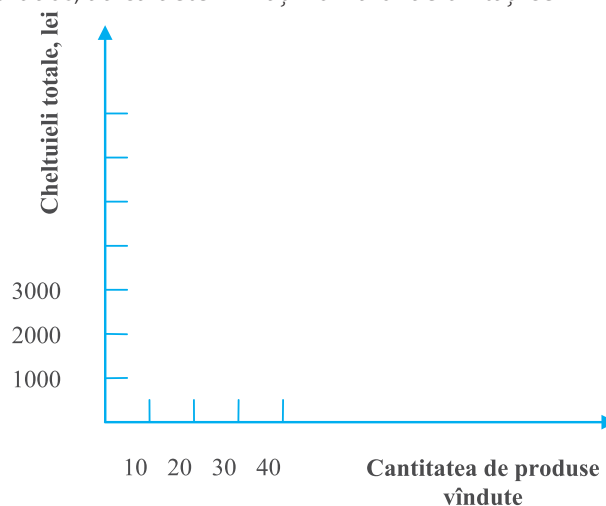
Sarcină:

1. Calculați pragul de rentabilitate a acestui produs, adică determinați numărul de unități ce trebuie produs pentru a acoperi cheltuielile;
2. Reprezentați grafic pragul de rentabilitate.

Rezolvare:

1. Calcularea pragului de rentabilitate a acestui produs:
.....
.....

2. Reprezentarea grafică a pragului de rentabilitate:



Tema 3.4. Noțiuni fundamentale de evidență contabilă

Sarcina 1: Definiți noțiunea de contabilitate.

.....
.....
.....

Sarcina 2: Elaborați o listă a patrimoniului pe care îl dețineți în propria cameră sau cea din cămin.

.....
.....
.....

Sarcina 3: Argumentați necesitatea evidenței contabile în gestionarea propriei afaceri.

.....
.....
.....

Sarcina 4: Caracterizați succint sistemele de evidență contabilă a micului business:

Nr.	Tipul de evidență contabilă	Venitul din vânzări	Actiunile pe termen lung	Numărul de angajați
1				
2				
3				

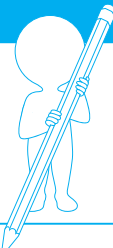
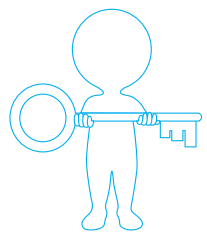
Tema 3.5. Structura și elementele de bază ale unui bilanț contabil

Sarcina 1: Împărțiți patrimoniul camerei de acasă sau a celei din cămin în active pe termen lung și active pe termen scurt (curente) completând partea de activ în bilanțul de mai jos. Dacă cunoașteți valoarea activelor pe care le dețineți le puteți nota.

Bilanț		
ACTIV		PASIV
Total		

Sarcina 2: Identificați sursele de finanțare a patrimoniului camerei voastre, completând partea de pasiv în bilanțul de mai jos.

Bilanț		
ACTIV		PASIV
		Total

Lucrări practice pentru activitate individuală:	
	Lucrarea 3.4. Completați un bilanț contabil simplificat pentru inițierea afacerii în baza unui studiu de caz.
	<p>Studiul de caz Nr.8.</p> <p>După un studiu de piață, Maria a determinat o cerere mărită la pijamale pentru copii din bumbac, care se vînd la un preț mediu de 150 lei/bucata. Avînd economii proprii de 12636 lei.</p> <p>Maria hotărăște să inițieze un atelier de croitorie. Conform cercetărilor efectuate ea a determinat că ar putea coase împreună cu mama sa cîte 4 unități pe zi. La un orar de 5 zile pe săptămînă ar fi 80 unități pe lună. Pentru aceasta ea are nevoie de 2 mașini de cusut la un preț de 2500 lei fiecare, salariul mamei și al Mariei fiind de 1200 lei pentru fiecare, aparat de casă – 2600 lei, telefon – 300 lei, mobilier: raft, masă, vitrină – 2350 lei.</p> <p>Pentru o unitate de producție va fi necesar 1,2 m de țesătură la un preț de 50 lei/metru; și furnitură în sumă de 10 lei. Atelierul va fi amplasat în localul propriu, care pentru adaptare necesită cheltuieli în sumă de 2000 lei. Întreținerea atelierului – 1000 lei lunar (servicii comunale și servicii telefonice). Vor mai apărea alte cheltuieli operaționale în sumă de 2000 lei. Cheltuieli de înregistrare a întreprinderii: înregistrarea la Inspectoratul Fiscal și Camera de Comerț – 1200 lei, confecționarea ștampilei - 250 lei și obținerea diferitor autorizații – 800 lei*.</p>

Sarcină: 1) Structurați datele după tipurile de cheltuieli indicați suma, lei;
2) Completați bilanțul contabil simplificat al afacerii.

Rezolvare:

1. Repartizarea cheltuielilor după tipurile lor cu indicarea sumei, lei.

Categoria de cheltuieli	Conținutul operațiilor economice	Suma, lei
1. Procedurile legate de înregistrarea afacerii		
2. Adaptarea localului pentru deschiderea atelierului.		
3. Procurarea mașinilor de cusut.		
4. Procurarea meselor, rafturilor pentru vânzarea produselor, aparat de casă, telefon.		
5. Procurarea materiei prime și a materialelor pentru 80 unități.		
6. Fondul de salarizare pentru 1 lună, inclusiv defalcări în fondul social și asigurarea medicală.	Croitoreasă (mama) $1 \cdot 1200 - 114 = 1086$ lei Ana croitoreasă-antreprenor $1 \cdot 1200 - 114 = 1086$ lei	
7. Cheltuieli de întreținerea atelierului.		
8. Alte cheltuieli operaționale neprevăzute.		
Total mijloace bănești		

* Toate cifrele/costurile sînt convenționale.

2. Completarea bilanțului contabil simplificat al afacerii:

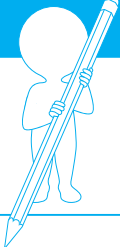
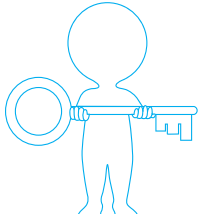
ACTIV	Suma, lei	PASIV	Suma, lei
Active nemateriale pe termen lung		Capital propriu	
Mijloace fixe/active materiale pe termen lung		Capital statutar	
Active curente		Profit	
Cont de decontare - Mijloace bănești		Datorii	
		Credite/împrumuturi	
Total	25.272	Total	25.272

Tema 3.6. Conturi contabile

Sarcina 1: Înregistrați în mod cronologic operațiunile economice respectînd forma grafică a contului pentru procurarea cîtorva obiecte necesare pentru amenajarea propriului birou.

Rezolvare:

Nr.	Data	Contul		Suma	Descrierea operațiunii economice
		Debit	Credit		
1.					Pe data de 14.06.13 s-a decontat la contul de decontare de către antreprenor pentru cheltuieli operaționale o sumă de 15000 lei.
2.					Pe data de 16.06.13 s-a transferat pentru cumpărarea unui computer 7500 lei
3.					Pe data de 17.06.13 s-a transferat pentru achiziționarea telefonului 435 lei
4.					Pe data de 17.06.13 s-a transferat pentru imprimantă suma de 1500 lei
5.					Pe data de 18.06.13 s-a transferat pentru masă de birou suma de 500 lei.
6.					Pe data de 18.06.13 s-a transferat pentru scaun de birou suma de 250 lei.
7.					Pe data de 21.06.13 s-a transferat pentru rechizite de birou suma de 210 lei.

Lucrări practice pentru activitate individuală:	
	Lucrarea 3.5. Efectuați înregistrări cronologice a activităților economice cu respectarea formei grafice a contului, în baza unui studiu de caz.
	Studiul de caz Nr.9. Un antreprenor a efectuat depunerea capitalului inițial la bancă în sumă de 5400 lei, care s-a utilizat pentru: <ul style="list-style-type: none"> • Confecționarea ștampilei 250 lei. • Achitarea certificatului sanitar 160 lei. • Procurarea unui telefon 850 lei. • Achitarea plății de arendă a spațiului 500 lei*.

Sarcini:

1. Identificați din planul de conturi, care sunt conturile ce trebuie utilizate;
2. Determinați ce fel de conturi sunt cele indicate în exercițiu;
3. Depistați clasa contului din planul de conturi;
4. Aplicați formula contabilă pentru forma T a contului;
5. Aplicați formula contabilă utilizând forma desfășurată a bilanțului contabil.

Rezolvare:

Sarcinile 1-4: Identificarea din planul de conturi – care sunt conturile ce trebuie utilizate; determinarea felului de conturi indicate în studiul de caz; depistarea clasei contului din planul de conturi; și aplicarea formulei contabile pentru forma T a contului.

Sarcina 5: Aplicarea formulei contabile utilizând forma desfășurată a bilanțului contabil.

ACTIV	Suma, lei	PASIV	Suma, lei
Active pe termen lung (clasa ...)		Capital propriu (clasa ...)	
Active curente (clasa ...)		Rezultatul financiar (clasa ...)	
		Datorii pe termen lung (clasa ...)	
		Datorii pe termen scurt (clasa ...)	
Total		Total	

* Toate cifrele/costurile sînt convenționale.

Tema 3.7. Venituri și cheltuieli

Sarcina 1: Notați în tabelul de mai jos evidența veniturilor și a cheltuielilor, pe care le-ați efectuat pe parcursul zilei sau săptămânii, determinînd rezultatul financiar.

VENITURI	Suma, lei	CHELTUIELI	Suma, lei
Total		Total	
Rezultat financiar (profit sau pierdere)			

Sarcina 2: Caracterizați fluxul de numerar.

.....

.....

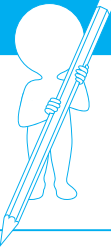
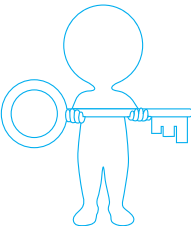
.....

Sarcina 3: Argumentați necesitatea calculării rezultatului financiar al afacerii.

.....

.....

.....

Lucrări practice pentru activitate individuală:	
	<p>Lucrarea 3.6. Rezolvați un studiu de caz pentru determinarea:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Veniturilor și cheltuielilor • Fluxului de numerar • Rezultatului financiar al afacerii
	<p>Studiul de caz Nr.10.</p> <p>Avînd economii proprii de 12.636 lei Maria intenționează să deschidă o întreprindere individuală. După un studiu de piață, Maria a determinat o cerere mărită la pijamale pentru copii. Ea vrea să producă pijamale din stoffe mai groase pentru perioada rece a anului și o serie de pijamale subțiri pentru perioada de vară. Ea a constatat că pijamalele din țesături groase se vînd la un preț mediu de 150 lei/bucata, iar cele subțiri 100 lei/bucata.</p> <p>Conform cercetărilor efectuate ea a determinat că ar putea coase împreună cu mama sa, și ea croitoreasă, cîte 4 unități pe zi. La un orar de 5 zile pe săptămînă ar fi 80 unități pe lună. Pentru aceasta ea are nevoie de 2 mașini de cusut a cîte 2.500 lei, salariu mamei și al ei a cîte 1.200 lei, aparat de casă 2.600 lei, telefon 300 lei, mobilier: raft, masă, vitrină 2.350 lei.</p> <p>Pentru o pijama groasă va fi necesar 1,2 m de țesătură la preț de 50 lei/ m, iar pentru una subțire va utiliza 1 metru de 40 lei/m și furnitură în sumă de 10 lei. Achiziționarea acestora Maria le planifică în februarie și septembrie. Atelierul va fi amplasat în locul propriu, care pentru adaptare necesită cheltuieli în sumă de 2.000 lei. Întreținerea atelierului – 1.000 lei lunar (servicii comunale și servicii telefonice). Energia electrică va achita cîte 615 lei/lunar. Cota impozitului va reprezenta 12%. Vor mai apărea alte cheltuieli operaționale 200 lei/lunar. Cheltuieli de înregistrare a întreprinderii: înregistrarea la Inspectoratul Fiscal și Camera de Comerț – 1.200 lei, confecționarea ștampilei - 250 lei și obținerea diferitor autorizații – 800 lei*.</p>

* Toate cifrele/costurile sînt convenționale.

Sarcini:

1. Prognozați veniturilor și cheltuielilor;
2. Întocmiți fluxul de numerar;
3. Determinați rezultatul financiar al afacerii, întocmind raportul financiar.

Rezolvare:

1. Prognozarea veniturilor și cheltuielilor:

PROGNOZA VENITURILOR (Studiu de Caz nr.10)

PRODUSUL		Feb.	Mart.	Apr.	Mai	Iun.	Iul.	Aug.	Sept.	Oct.	Nov.	Dec.	Ian.	Total.
Pijamale pentru copii (groase)	Cantitate, Buc.													
	Preț, lei													
	Suma, lei													
Pijamale pentru copii (subțiri)	Cantitate, Buc.													
	Preț, lei													
	Suma, lei													
Total venit														

PROGNOZA CHELTUIELILOR

CHELTUIELI	Feb.	Mart.	Apr.	Mai	Iun.	Iul.	Aug.	Sept.	Oct.	Nov.	Dec.	Ian.	Total.
Investiții													
Mașini de cusut													
Aparat de casă, telefon, mobilier													
Cheltuieli de producție													
Țesătură groasă													
Țesătură subțire													
Furnitură													
Energie electrică													
Salariul croitorese													
General administrative													
Cheltuieli de constituire													
Servicii comunale, servicii telefon													
Alte cheltuieli operaționale neprevăzute													
Rambursarea împrumutului													
Total cheltuieli													

2. Fluxul de numerar:

Fluxul de numerar	Feb.	Mart.	Apr.	Mai	Iun.	Iul.	Aug.	Sept.	Oct.	Nov.	Dec.	Ian.	Total.
Soldul inițial	0												
VENITURI													
CHELTUIELI													
Soldul final													

Nota: Se calculează în baza tabelor anterioare de calcul al Veniturilor și Cheltuielilor

3. Raportul privind rezultatul financiar al afacerii:

Rezultatul financiar	Feb.	Mart.	Apr.	Mai	Iun.	Iul.	Aug.	Sept.	Oct.	Nov.	Dec.	Ian.	Total.
1. Venit vânzări													
2. Costul vânzărilor													
3. Profit din vânzări (3=1-2)													
4. Cheltuieli general-administrative													
5. Profit pînă la impozitare (5=3-4)													
6. Impozit pe venit													
7. Profit net (7=5-6)													

Domeniul marketingului are menirea de a crea valoare pentru clienți și de a obține, în schimb, valoare. Este necesară o relație sănătoasă și durabilă dintre clienți și antreprenor, deoarece nici o afacere nu va poate deveni profitabilă fără o asemenea legătură. Dar pentru a atinge aceste obiective urmează să cunoști procesul și metodele de studiu, necesitățile și comportamentul consumatorului prin intermediul cercetării de piață. De asemenea vei lua cunoștință despre aspectele importante care influențează asupra stabilirii prețului, după care vei exersa calcularea acestuia pentru propriul produs sau serviciu. Compartimentul actual îți oferă posibilitatea de a crea propria strategie de promovare a unui produs/serviciu, ținând cont de momentele-cheie în elaborarea acesteia.

După studierea modului dat, vei fi CAPABIL SĂ:

- ✓ utilizezi conceptul de marketing în promovarea afacerii
- ✓ realizezi o cercetare de marketing pentru un produs/serviciu
- ✓ evaluezi produsul/serviciul propus în conformitate cu cerințele existente pe piață
- ✓ analizezi concurenții
- ✓ stabilești prețul unui bun/serviciu în corespundere cu cererea pieței
- ✓ elaborezi strategia de promovare optimală a unui produs/serviciu concret
- ✓ aplici cercetările de marketing în elaborarea planului de afacerii

Tema 4.1. Noțiuni generale de marketing

Sarcina 1: Formulați definiția marketingului.

.....

.....

.....

.....

Sarcina 2: Explicați principiul marketingului: „Clientul are întotdeauna dreptate”, utilizând un organizator grafic.

Sarcina 3: Explicați corelația celor 4 P și cei 4 C.

.....

.....

.....

.....

Sarcina 4: Elaborați mixul de marketing pentru produsul/serviciul
Notați răspunsul în baza schemei de pe planșa acroșată la tablă. Prezentați răspunsurile.

Produsul: Care va fi calitatea, design-ul acestuia?

.....

Prețul: Ce preț va avea acest produs și de ce?

.....

Promovarea: Care vor fi modalitățile de promovare?

.....

Plasamentul: Unde se va vinde acest produs?

.....

Tema 4.2. Cercetarea de piață

Sarcina 1: Elaborați un chestionar pentru cercetarea produsului/serviciului, în care să formulați cel puțin 2 întrebări închise și 2 întrebări deschise (folosiți fila adăugătoare dacă aveți nevoie).

1.

2.

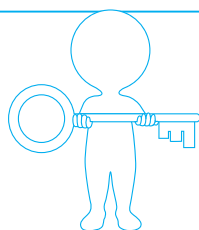
3.

4.

.....

Sarcina 2: Adresați întrebările formulate în Sarcina 1 colegilor de grupă și notați răspunsurile lor în tabelul de mai jos:

Nr. întrebării	Răspunsuri				
	Colegul 1	Colegul 2	Colegul 3	Colegul 4	Colegul 5
1.					
2.					
3.					
4.					



Studiul de caz Nr.11.

Ion Cutărică a absolvit școala profesională din localitatea de baștină, specialitatea lemnar. El vrea să-și deschidă propria afacere în domeniul mobilei. Ion consideră că în Republica Moldova, piața mobilei este dominată de produsele de categorie medie, mobilă fabricată la comandă și mobilă importată. Pornind de la ipoteza dată, el își dorește să facă o cercetare cantitativă pentru a evalua potențialul pieței de mobilă și pentru a-și elabora strategia pe viitor.

Sarcini:

1. Determinați scopul cercetării;
2. Stabiliți obiectivele cercetării;
3. Identificați obiectul cercetării;
4. Determinați metoda(ele) cercetării;
5. Formulați întrebări pentru un chestionar de studiere a pieței.

Rezolvare:

Produsul:

1. Scopul:

2. Obiectivele cercetării:

-
-
-

3. Obiectul cercetării:

4. Metodele:

-
-
-

5. Chestionar

Buna ziua! Mă numesc Ion Cutărică, sunt lemnar și fac un studiu despre mobila produsă, importată în localitatea noastră. Vă rog să-mi acordați câteva minute în acest scop.

Pașaportul chestionatului:

Vîrsta:, Sexul:, Localitatea

Ocupația:

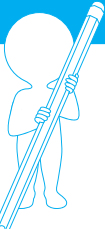
- a) Student
- b) Lucrez în învățămînt
- c) Lucrez în domeniul medical / asistență socială
- d) Liber profesionist și afaceri proprii
- e) Lucrez în domeniul financiar
- f) Lucrez în comerț și servicii
- g) Lucrez în regii / administrația de stat
- h) Lucrez în industrie
- i) Altele (menționați care)

Venitul lunar:

- a) Sub 2000 Lei
- b) 2000-3500 Lei
- c) 3500-6000 Lei
- d) 6000-9000 Lei
- e) mai mult de 9000 Lei

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.

Mulțumesc frumos pentru atenție!

Lucrări practice pentru activitate individuală:	
	<p style="text-align: center;">Lucrarea 4.1. Realizați o cercetare de piață pentru un produs sau serviciu.</p>

Sarcini:

1. Determinați scopul cercetării;
2. Stabiliți obiectivele cercetării;
3. Identificați obiectul cercetării;
4. Determinați metoda(ele) cercetării.

Rezolvare:

Produsul/serviciul:

1. Scopul:

2. Obiectivele cercetării:

-
-
-

3. Obiectul cercetării:

4. Metodele:

-
-
-

Sarcina 4: Argumentați necesitatea cunoașterii nevoilor consumatorului:

.....

.....

.....

.....

Sarcina 5: Numiți sursele de informare a consumatorului în procesul de luare a deciziei de cumpărare:

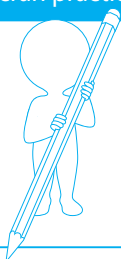
.....

.....

.....

.....

Lucrări practice pentru activitate individuală:



Lucrarea 4.2. *Elaborați și aplicați un chestionar de studiere a necesităților consumatorului referitor la produsul/serviciul propus.*

Sarcini:

1. În baza scopului și obiectivelor elaborate în cadrul Lucrării individuale 4.1. formulați întrebările pentru un chestionar de studiere a pieței, completând spațiile libere;
2. Intervistați în baza chestionarului cel puțin 8 persoane și introduceți datele obținute de respondenți în tabelul de mai jos (Date colectate de la persoane chestionate);
3. Elaborați o serie de concluzii în baza datelor obținute.

Rezolvare:

1. Chestionar

Buna ziua! Mă numesc, sunt elev(ă) la școala profesională
și fac un studiu despre

Vă rog să-mi acordați câteva minute în acest scop.

Pașaportul chestionatului:

Vîrstă:..... **Sex:**.....

Ocupația:

- a) Student
- b) Lucrez în învățămînt
- c) Lucrez în domeniul medical / asistență socială
- d) Liber profesionist și afaceri proprii
- e) Lucrez în domeniul financiar
- f) Lucrez în comerț și servicii
- g) Lucrez în regii / administrația de stat
- h) Lucrez în industrie
- i) Altele (menționați care)

Venitul lunar:

- a) Sub 2000 Lei
- b) 2000-3500 Lei
- c) 3500-6000 Lei
- d) 6000-9000 Lei
- e) mai mult de 9000 Lei

1.
.....
.....
.....
.....
.....
.....
2.
.....
.....
.....
.....
.....
.....
3.
.....
.....
.....
.....
.....
.....
4.
.....
.....
.....
.....
.....
.....
5.
.....
.....
.....
.....
.....
.....
6.
.....
.....
.....
.....
.....
.....
7.
.....
.....
.....
.....
.....
.....
8.
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Mulțumesc frumos pentru atenție!

2. Introducerea datelor colectate de la persoanele chestionate:

N.B.! Prima coloană reprezintă numărul persoanelor chestionate, iar primul rând indică numărul întrebărilor care au fost adresate.

Tabelul: Date colectate de la persoanele chestionate

Nr	Răspunsurile							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Vîrsta								
Fem.								
Bărb.								
Ocupația								
Venit								
1.								
2.								
3.								
4.								
5.								
6.								
7.								
8.								

3. Elaborarea concluziilor în baza datelor obținute:

Concluziile cercetării de piață

Studiul de piață a produsului/serviciului

a avut scopul de a

Pentru realizarea lui s-a elaborat și aplicat un chestionar pe un număr depersoane. Rezultatele chestionării au demonstrat că majoritatea respondenților (indicați numărul lor)

au răspuns că

Puțini dintre cei chestionați (indicați numărul lor) sunt de părerea că

Datele prezentate mai sus ne îndreptătesc să credem că produsul/serviciul dat

.....

Sarcină: Realizați segmentarea pieței produsului/serviciului, completând spațiile libere ale tabelului de mai jos. Se vor nota doar criteriile care sînt importante pentru produsului/serviciului propus.

criterii	Segmente
1. DEMOGRAFICE	
vîrsta (ani)	
sexul	
numărul membrilor în familie	
ciclul de viață al familiei	
venit	
ocupație	
educație	
religie	
rasă	
naționalitate	
2. GEOGRAFICE	
regiuni ale țării	
localități	
numărul populație	
climă	
relief	
3. PSIHOSOCIAL	
clase sociale	
stil de viață	
personalitate	
4. COMPORTAMENTALE	
frecvența cumpărării (doar pentru produse)	
avantajele produsului/ serviciului	
statutul utilizatorilor	
frecvența utilizării produsului sau serviciului	
loialitatea față de marfă/ serviciul dat	
mod (decizie) de cumpărare/ utilizare a serviciului	
atitudine față de produs/ serviciu	

Tema 4.5. Produsul: bunuri și servicii

Sarcina 1: Notați răspunsul la următoarele întrebări:

- Care sunt avantajele produsului/ serviciului meu ?

.....
.....
.....

- Ce problemă rezolvă sau ce necesitate a clienților satisface produsul/serviciul propus?

.....
.....

- Ce produse/servicii pot satisface în prezent aceeași necesitate/ rezolva aceeași problemă?

.....
.....
.....

- Prețul stabilit pentru produsul/serviciul dat este rezonabil în raport cu valoarea sa?

.....
.....
.....

- Ași cumpăra produsul propus de mine?

în mod sigur probabil probabil nu cu siguranță nu

.....
.....

Sarcina 2: Oferiți 2-3 exemple de produse/servicii calitative în localitatea de baștină sau în care vă faceți studiile și argumentați răspunsul.

.....
.....
.....

Sarcina 3: Cercetați standardele de calitate, standarde tehnologice naționale și internaționale pentru produsul/ serviciul propus.

N. B.! Dacă produsul/serviciul ales este absolut nou elaborați singuri criteriile de calitate ale acestuia.

.....
.....
.....

Sarcină 4: Caracterizați etapele ciclului de viață al produsului/serviciului.

.....
.....
.....

Tema 4.6. Formarea prețului

Sarcina 1: Definiți noțiunea de preț:

.....

.....

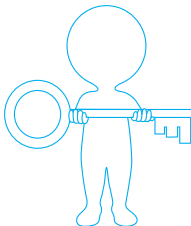
.....

Sarcina 2: Numiți părțile componente ale formării prețului:

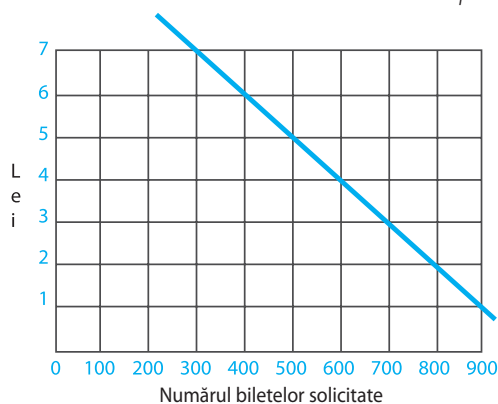
.....

.....

.....

	<p>Studiul de caz Nr.12.</p> <p>Nicolae Plăcintă își câștigă existența prin organizarea de vizionări de filme într-un cinematograful (700 locuri) la universitate.</p> <p>Cheltuieli pentru vizionare (lei):</p> <ul style="list-style-type: none">• Plata pentru chiria filmului – 1.800• Plata pentru arenda sălii - 250• Salariul operatorului - 50• Salariul casierului - 100• Alte cheltuieli se consideră -0 <p>Total cheltuieli: 2.200 lei*</p>
---	--

O mică cercetare efectuată de Nicolae a arătat că cererea de bilete se prezintă conform graficului de mai jos:



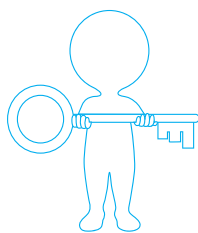
Sarcina 3:

1. Analizați politica de stabilire a prețului pentru bilete în baza graficului cererii;
2. Calculați care va fi cel mai avantajos preț pentru dl Nicolae ce-i va aduce cel mai mare profit și introduceți rezultatele în tabelul de mai jos.

Rezolvare:

Preț (lei)	Cererea (nr. bilete)	Venit din vânzări (lei)	Profit/pierderi (lei)
7			
6			
5			
4			
3			

* Toate cifrele/costurile sînt convenționale.



Studiul de caz Nr.13.

Vasile este un antreprenor care activează în bază de patentă în propriul atelier. El produce și vinde suvenire din lut. Vasile are o problemă foarte mare, el nu știe cum să calculeze prețul unui suvenir în așa fel încât să-și recupereze cheltuielile pentru aceste produse, dar și să poată câștiga ceva bani în urma vânzării acestor produse. Ceea ce știe el cu siguranță este că, pentru producerea unui suvenir, el consumă:

- 2 litri de apă, iar prețul unui 1 m^3 de apă este de 9,19 lei,
- 100 gr. de lut, prețul la 1kg de lut este de 17 lei,
- 20 ml. de glazura pentru argilă, prețul a 140 ml de glazură este 100 lei.
- În procesul de ardere în cuptor se consumă 2 kw de energie electrică, prețul a 1 KWh este de 1,53 lei. În cuptor încap circa 20 de suvenire.
- De asemenea el achită patenta lunar câte 200 lei.
- Marja de profit, pe care ar vrea s-o stabilească Vasile, este de 12 lei la fiecare bucată produsă.
- În medie Vasile produce 40 de suvenire pe zi și lucrează 22 de zile pe lună.

Sarcină:

1. Estimați cheltuielile totale pentru un suvenir, notînd datele în tabelele de mai jos;
2. Calculați prețul unui suvenir conform formulei de stabilire a prețului.

Rezolvare:

1. Estimarea costurile totale și impozitul pentru un suvenir

Materiale necesare	Cantitatea necesară	Preț/unitate a materialelor	Costul pentru o unitate de materiale	Costul materialelor pentru o unitate produs
Apă	2 litri	9,19 lei – 1 m^3		
Lut				
Galzură				
Energie electrică				
Cheltuieli totale				
Cheltuieli impozit				
Patenta				
Marja de profit	 lei sau% din cheltuielile totale de producție		

2. Calculați prețul unui suvenir conform formulei de stabilire a prețului.

.....

.....

.....

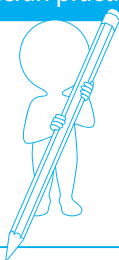
.....

.....

.....

* Toate cifrele/costurile sînt convenționale.

Lucrări practice pentru activitate individuală:



Lucrarea 4.4. Stabilirea prețului de realizare a produsului/serviciului propus.

Sarcină:

1. Estimați cheltuielile totale pentru un produs/serviciu, notînd datele în tabelele de mai jos;
2. Calculați prețul unui suvenir conform formulei de stabilire a prețului.

Rezolvare:

1. Estimarea costurilor totale pentru un suvenir.

Materiale necesare	Cantitatea necesară	Preț/unitate a materialelor	Costul pentru o unitate de materiale	Costul materialelor pentru o unitate produs
Cheltuieli totale				
Cheltuieli impozit				
Tip impozit		Cota de impozitare(%)		Valoarea impozitului pentru o unitate produs
Marja de profit	 lei sau% din cheltuielile totale de producție		

2. Calcularea prețului unui suvenir conform formulei de stabilire a prețului.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Tema 4.7. Promovarea, plasarea și distribuția

Sarcina 1: Argumentați necesitatea promovării în baza tehnicii „Cei 4 pași”.

De exemplu:

Teza	Afacerea cu recuperarea datoriilor este riscantă.
Explicația	Lipsa suportului juridic în baza căruia se poate înregistra o asemenea afacere. Lipsa personalului calificat /cu experiență în domeniul dat.
Dovada	Planificarea cheltuielilor suplimentare legate de procesele de judecată intentate de clienții nemulțumiți și a persoanelor de la care s-au recuperat datoriile.
Concluzii	Afacerea cu recuperarea datoriilor nu are suport legal de înregistrare.
a. Teza (afirmația)
b. Explicația (premisele)
c. Dovada (evidență-suport)
d. Concluzii

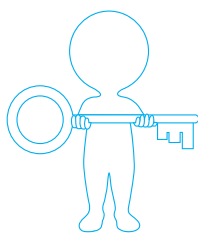
Sarcina 2: Caracterizați succint metodele de promovare.

.....

.....

.....

.....



Studiul de caz Nr.14.

Pavajul cu gazon este o noutate absolută în materie de înlocuire a asfaltului din curți, grădini, parcuri auto. Îmbină frumosul prin culoarea verde a gazonului, cu rezistența foarte mare a ierbii la călcări repetate și cu greutate mari ale autoturismelor. Suprafețele, utilizate pentru acest gazon, sunt mai apropiate de natură, schimbul sănătos dintre elementele naturii, reducând poluarea aproape la zero.

Pe acest gazon se pot organiza petreceri, picnicuri, jocuri sportive. Îngrijirea ierbii este ușoară, iar dacă se respectă instrucțiunile de montaj, care sunt foarte simple, rezultatul este deosebit. Pentru gazon este importantă crearea microclimatului necesar, adică umiditatea solului, evaporarea și drenarea apei. La rândul său, gazonul permite producerea de oxigen, deci purificarea aerului.

Date tehnice:

Materialul pavajului - polietilena de înaltă densitate, reciclabilă, stabilizată UV.

Viteza de montaj: cca 30/40 mp/h

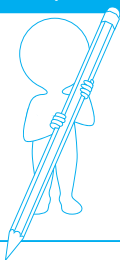
Dimensiuni în mm / bucata: 407.6x367x37 mm.

Montarea pavajului are un dublu scop:

De a asigura rezistența solului, pe care este montat.

De a permite creșterea gazonului în condițiile cele mai bune.

Lucrări practice pentru activitate individuală:



Lucrarea 4.5. *Elaborați strategia de promovare a propriului produs/serviciu.*

Sarcină: *Elaborați o strategie de promovare pentru propriul produs/serviciu, răspunzând la următoarele întrebări:*

1. *Ce? Produs sau serviciu*
.....
2. *Cum? Metoda/instrumentul de promovare*
.....
3. *Cui? Grupul-țintă*
.....
4. *Cînd? Perioada de promovare*
.....
5. *Unde? Amplasarea aplicării metode/instrumentului de promovare*
.....
6. *Cu ce efort? Tipul de buget și calcularea bugetului strategiei*
.....

Prezentul modul te va ajuta să înțelegi necesitatea planificării a orice activitate în viața cotidiană, dar cu precădere în domeniul antreprenoriatului. Planul de afaceri este un instrument eficient, necesar și util la inițierea și dezvoltarea unei afaceri. Acest compartiment are un caracter integrator și vine să generalizeze toate cunoștințele și abilitățile obținute în cadrul celorlalte module ale disciplinei. Pe parcursul acestuia vei acumula nu doar cunoștințe, dar și abilități practice privind elaborarea și prezentarea propriului plan de afaceri și prezentarea acestuia la sfârșitul cursului de Bazele antreprenoriatului.

După studierea modului respectiv, vei fi **CAPABIL SĂ**:

- ✓ determini importanța planificării activității de antreprenoriat
- ✓ identifiți structura propriului plan de afaceri
- ✓ elaborezi pas cu pas propriul plan de afaceri
- ✓ prezinți public propriul plan de afaceri elaborat în cadrul cursului

Tema 5.1. Scopul planificării afacerii

Sarcina 1: Identificați caracteristicile unei afaceri

.....

.....

.....

.....

Sarcina 2: Definiți în 2-3 propoziții conceptul de plan de afaceri

.....

.....

.....

Sarcina 3: Argumentați importanța planificării în viața de zi cu zi

.....

.....

.....

Sarcina 4: Notați cine va fi beneficiarul propriului plan de afaceri

.....

.....

Sarcina 5: Caracterizați sursele de informare pentru planificarea afacerii proprii

.....

.....

.....

.....
(luna și anul elaborării)

PLAN DE AFACERI

al

(denumirea întreprinderii și forma organizatorico-juridică)

privind inițierea afacerii

.....
.....

(producere a cărui bun sau prestarea a căror servicii)

Administrator:

(numele antreprenorului)

Adresa juridică:

(adresa unde se va desfășura afacerea)

Tel. de contact:

E-mail:

Informația inclusă în acest plan este confidențială
și nu poate fi difuzată fără permisiunea antreprenorului.

Sumarul

1. INFORMAȚII GENERALE PRIVIND AFACEREA	
Fondatorul	
Forma organizatorico-juridică: bifați și argumentați alegerea făcută	<input type="checkbox"/> întreprindere individuală <input type="checkbox"/> gospodărie țărănească <input type="checkbox"/> societate cu răspundere limitată <input type="checkbox"/> societate în nume colectiv <input type="checkbox"/> societate în comandită <input type="checkbox"/> cooperativă de producție <input type="checkbox"/> cooperativă de întreprinzători
Domenii de activitate (bifați):	<input type="checkbox"/> producție/prelucrare <input type="checkbox"/> servicii <input type="checkbox"/> agricultură <input type="checkbox"/> comerț <input type="checkbox"/> import/export <input type="checkbox"/> alte
Producerea/prestarea serviciului va fi plasată în localitatea: (notați)	
Implementarea ideii de afaceri prin (bifați)	<input type="checkbox"/> realizarea propriei idei de afaceri <input type="checkbox"/> procurarea întreprinderii deja existente <input type="checkbox"/> procurarea unei francize <input type="checkbox"/> altele
Mărfuri/servicii prestate (descrieți)	

2. INFORMAȚII GENERALE PRIVIND PIAȚA ȘI CONSUMATORII	
Destinatarul produselor /serviciilor	
Cererea pentru produsul/ serviciul propus (argumentați)	
Produsele /serviciile propuse sînt unice prin: (descrieți) N.B.! Revedeți aspectele ce țin de unicitatea produsului/serviciului determinat anterior la Tema 4.5. Produsul: bunuri și servicii	

3. ANALIZA AFACERII	
Punctele FORTE	
Punctele SLABE	

4. NECESARUL DE PERSONAL (nr. și postul)
De exemplu, 2 tencuitori, 1 șef de șantier etc.

5. MIJLOACELE FINANCIARE	
Suma mijloacelor financiare necesare pentru lansarea afacerii	
Finanțe necesare (bifați și indicați suma necesară):	<ul style="list-style-type: none"> • investiții proprii lei • împrumut de la persoane fizice lei • credit lei • grant lei
Cheltuieli anuale prognozate	
Venituri anuale prognozate	
Profitul anual	
Perioada de recuperare a investițiilor	
Rentabilitatea financiară (opțional)	
Rentabilitatea economică (opțional)	
Rentabilitatea vânzărilor (opțional)	

1. Descrierea ideii de afaceri

1.1. Descrierea afacerii și a activității desfășurate
<p>Descrieți activitatea principală a întreprinderii. Evidențiați factorii care determină succesul afacerii dvs. (ex: localizare, tehnologie, experiența anterioară a întreprinzătorului, forța de muncă disponibilă etc.).</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
1.2. Scopul și obiectivele afacerii
<p>Menționați scopul și rezultatele urmărite prin realizarea ideii de afaceri.</p> <p>N.B.! Revedeți scopul și obiectivele elaborate anterior la Tema 2.1. Aspecte generale privind gestionarea unei afaceri.</p>
<p>Scopul:</p> <p>În scop sînt indicate date (cifre, ani, %, etc.) concrete, pe care dorești sa le atingi (exemplu: antreprenorul X își propune să mărească volumul vânzărilor cu 10 % în al doilea trimestru).</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>Obiectivele ideii de afaceri</p> <p>Obiectivele sunt metode (strategii) pentru a realiza scopurile (de exemplu: prin utilizarea metodelor de promovare X și Y, volumul vânzării se mărește cu 10% în al doilea trimestru). Obiectivele trebuie să fie reale, măsurabile, specifice activității, adevărate și relevante. Pentru stabilirea acestora se utilizează analiza SWOT.</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

1.3 Analiza SWOT

Punctele tari și punctele slabe – avantaje/dezavantaje care vin din interiorul afacerii, care depind de mediul intern și pot fi înlăturate (îmbunătățite) de antreprenor.

Oportunități sau riscuri (pericole) – avantajele/dezavantajele vin din exterior și nu pot fi schimbate, influențate sau înlăturate de către antreprenor (exemplu: prețul înalt al energiei electrice).

N.B.! *Revedeți analiza SWOT elaborate anterior la Tema 1.5. Primii pași spre o afacere reușită*

PUNCTE TARI	PUNCTE SLABE
.....
.....
.....
OPORTUNITĂȚI	RISCURI
.....
.....
.....

1.4. Strategia afacerii

În urma analizei, dintre oportunități sau riscuri și dintre punctele tari sau punctele slabe se va stabili strategia, pe care antreprenorul trebuie să o urmeze (exemplu: creșterea sau reducerea prețului, diversificarea produselor, reducerea anumitor riscuri, etc.).

N.B.! *Revedeți matricea de analiză și diminuare a riscurilor elaborate anterior la Tema 2.5. Riscurile în activitatea de antreprenoriat și gestionarea acestora.*

<i>Pentru diminuarea punctelor slabe se vor întreprinde următoarele măsuri:</i>	
<i>Pentru diminuarea riscurilor se vor întreprinde următoarele măsuri:</i>	

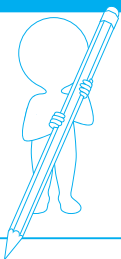
1.5. Descrierea produsului/serviciului

Se includ informații privind caracteristicile cantitative și calitative, asortimentul de produse/servicii, avantajele produsului, ambalajul, durata de funcționare și etapele cele mai importante de creare a produsului/serviciului. Argumentarea alegerii produsului de către consumatori, de ce este mai bun decât celelalte. Anexarea unor fotografii sau schițe reprezintă un avantaj (opțional).

<i>Caracteristicile tehnologice și calitative ale produsului/serviciului</i>		
<i>Asortimentul cu precizarea cantităților anuale exprimate în unități fizice</i>	<i>Denumirea produsului/serviciului</i>	<i>Cantitatea anuală (buc.)</i>
<i>Necesitățile consumatorului pe care le satisface produsul/serviciul respectiv</i>		
<i>Calitatea produsului/serviciului</i> N.B.! <i>Revedeți standardele de calitate determinate anterior la Tema 4.5. Produsul: bunuri și servicii.</i>		
<i>Ambalajul, design-ul produsului</i>		
<i>Deservirea clienților</i>		

Tema 5.3. Planul de marketing

Lucrări practice pentru activitate individuală:



Lucrarea 5.3. *Elaborați planul de marketing al propriei idei de afaceri.*

2. Planul de marketing

2.1. Piața și consumatorii

Indicați cine sunt consumatorii și potențialii clienți – date demografice, preferințe în consumul produselor, utilizarea serviciului, în dependență de venituri, vîrstă, ocupație. Evoluția pieței.

N.B.! Revedeți studiul de piață realizat anterior la Tema 4.2. Cercetarea de piață și Tema 4.3. Piața și clienții.

Caracteristicile pieței	
Consumatorii și potențialii clienți	
Tendențele de dezvoltare ale pieței	

2.2. Concurenții

Indicați cine sînt concurenții și descrierea produselor acestora. Analiza concurenților prin metoda comparativă. Măsuri de diminuare a riscului concurențial.

N.B.! Revedeți studiul de evaluare a plasamentului realizat anterior la Tema 4.4. Concurența și segmentarea pieței.

Denumirea firmei	Produsul/serviciul oferit	Avantaje	Dezavantaje

2.3. Plasamentul și distribuția

Locul amplasării, avantajele/dezavantajele amplasării (existența concurenților în zonă, a furnizorilor, distribuitorilor, parcărilor, fluctuația de persoane, etc.). Logistica - metoda de comercializare/distribuție la consumator, aprovizionarea cu materii prime.

N.B.! Revedeți studiul de evaluare a plasamentului afacerii realizat anterior la Tema 4.7. Promovarea, plasarea și distribuția.

Avantajele amplasării	Dezavantajele amplasării
-----------------------	--------------------------

Metoda de comercializare (bifați și argumentați răspunsul)	<input type="checkbox"/> cu amănuntul (la unitate) <input type="checkbox"/> angro (în volum mare de unități) <input type="checkbox"/> distribuitori (agenți comerciali) <input type="checkbox"/> altele
---	--

2.4. Politica de preț

Notați cum se formează prețul, care sînt prețurile, evoluția prețurilor.
N.B.! Revedeți calculele de formare a prețului pentru propriul produs/serviciu efectuate anterior la Tema 4.6. Formarea prețului.

Denumirea produsului/serviciului	Preț unitate (lei)

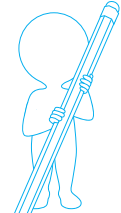
2.5. Promovarea

Descrierea metodelor de promovare, costul și eficiența.
N.B.! Revedeți strategia de promovare a produsului/serviciului propus elaborată anterior la Tema 4.7. Promovarea, plasarea și distribuția.

Metoda de promovare	Costul (lei)	Eficiența (rezultatul așteptat)

Tema 5.4. Planul operațional

Lucrări practice pentru activitate individuală:

	<p style="text-align: center;">Lucrarea 5.4. <i>Elaborați planul operațional al propriei idei de afaceri.</i></p>
---	--

3. Planul operațional

3.1. Descrierea procesului tehnologic (schema operațională)

Descrierea etapelor de producere / prestare a serviciilor.
N.B.! Revedeți etapele de producere/ prestare a serviciilor estimate anterior la Tema 2.2. Organizarea și coordonarea unei activități antreprenoriale.

--

3.2. Schema fizică

Indicați cum va arăta spațiul de producție/prestare a serviciilor, indicând locul unde va fi plasat utilajul tehnic, mobilierul etc.

N.B.! Țineți cont de normele tehnice, de securitate a muncii, determinate anterior la Tema 2.2. Organizarea și coordonarea unei activități antreprenoriale.

Legenda:	Nr.	Descifrarea	Nr.	Descifrarea

3.3. Necesarul de echipament, spațiu, consumabile și costurile acestora

Determinați cheltuielile pentru spațiu, utilaj, materie primă, consumabile (de exemplu, furnitură) necesare la inițierea afacerii.

N.B.! Revedeți estimările efectuate privind materialele necesare pentru inițierea afacerii realizate anterior la Tema 3.1. Capitalul necesar pentru afacerea mea.

Materiale necesare	Nr. de unități	Costul unității	Suma totală
Total			

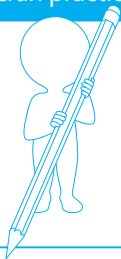
3.4. Furnizorii

Prezentarea ofertelor furnizorilor și a materiilor prime, cheltuielile, calitatea produsului/serviciului

Denumirea furnizorului	Materiale furnizate	Nr. unități	Preț unitate (lei)	Suma totală (lei)
Total				

Tema 5.5. Necesarul de resurse umane

Lucrări practice pentru activitate individuală:



Lucrarea 5.4. *Elaborați planul de management și resurse umane al propriei idei de afaceri.*

4. Necesarul de resurse umane

4.1. Structura organizatorică

Completați structura organizatorică a afacerii (organigrama).



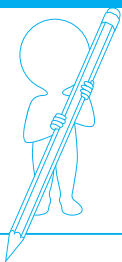
4.2. Necesarul de resurse umane și remunerarea lor

N.B.! *Revedeți numărul de personal și remunerarea acestuia calculat anterior la Tema 2.2. Organizarea și coordonarea unei activități antreprenoriale Tema 2.3. Motivarea angajaților.*

Nr.	Funcția	Nr. de persoane	Salariul lunar, lei
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			
Total			

Tema 5.6. Planul de finanțare

Lucrări practice pentru activitate individuală:



Lucrarea 5.5. *Elaborați planul de finanțare al propriei idei de afaceri.*

5. Planul de finanțare

5.1. Cheltuieli de lansare a afacerii:

Descrieți cheltuielile necesare la etapa de inițiere a afacerii

N.B.! *Revedeți cheltuielile de lansare estimate anterior la Tema 3.1. Capitalul necesar pentru afacerea mea.*

Cheltuieli	Suma totală, lei	Surse proprii, lei	Surse împrumutate, lei
<i>Total investiții (lei)</i>			
Pondere (%)			

5.2. Bilanțul contabil:

Întocmiți bilanțul contabil simplificat pentru inițierea afacerii.

N.B.! *Revedeți bilanțul contabil întocmit anterior la Tema 3.5. Structura și elementele de bază a unui bilanț contabil.*

Active	Suma	Pasive	Suma
<i>Active pe termen lung</i>		<i>Capital propriu</i>	
<i>Active curente</i>		<i>Datorii</i>	
Total active		Total pasive	

5.3. Prognoza veniturilor și cheltuielilor:

Estimați veniturile și cheltuielile pe care le va genera afacerea în primul an de activitate

N.B.! Revedeți fluxul de numerar întocmit anterior la Tema 3.7. Venituri și cheltuieli.

Prognoza veniturilor

PRODUSUL/SERVICIUL	Feb	Mart	Apr.	Mai	Iun.	Iul.	Aug.	Sept.	Oct.	Nov.	Dec	Ian.	Total
Cantitate, Buc.													
Preț, lei													
Suma, lei													
Cantitate, Buc.													
Preț, lei													
Suma, lei													
Total venit													

5.4. Fluxul de numerar

Întocmiți fluxul de numerar pentru primul an de activități.

N.B.! Revedeți fluxul de numerar întocmit anterior la Tema 3.7. Venituri și cheltuieli.

Fluxul de numerar	Feb	Mart	Apr.	Mai	Iun.	Iul.	Aug.	Sept.	Oct.	Nov.	Dec.	Ian.	Total
Soldul inițial													
Venituri bănești													
Cheltuieli bănești													
Soldul final													

5.5. Raportul privind rezultatul financiar

Întocmiți raportul privind rezultatul financiar al primului an de activitate.

N.B.! Revedeți raportul financiar întocmit anterior la Tema 3.7. Venituri și cheltuieli.

Rezultatul financiar	Feb	Mart	Apr.	Mai	Iun.	Iul.	Aug.	Sept.	Oct.	Nov.	Dec.	Ian.	Total
1. Venit vânzări													
2. Costul vânzărilor													
3. Profit din vânzări (3=1-2)													
4. Cheltuieli general/administrative													
5. Profit pînă la impozitare (5=3-4)													
6. Impozit pe venit													
7. Profit net (7=5-6)													

Tema 5.7. Elaborarea prezentării Planului de afaceri

La pregătirea prezentării **Planului de Afaceri** se va ține cont de următoarele aspecte:

- Cuvintele, frazele și ordinea în care prezentați informațiile sînt foarte importante
- Planul de afaceri reprezintă sumarul cunoștințelor și abilităților antreprenoriale, obținute în perioada cursului
- Planul de afaceri va fi considerat unul de succes dacă:
 - i) va transmite esența afacerii și
 - ii) va putea convinge pe cineva să se implice financiar în susținerea acestuia, inclusiv pe tine însuși

Prezentarea unui plan de afaceri reprezintă esența unui plan complet, care se va rezuma la o serie de aspecte notate mai jos. Important este să rețineți că o prezentare nu înlocuiește planul de afaceri integral. Informațiile dintr-un Plan de afaceri sînt mult mai elocvente atunci cînd sînt însoțite de o serie de documente adiționale: planuri de arhitectură, fotografii, structura organizațională, documente financiare etc.

Prezentarea planului de afaceri se face verbal și este nevoie să-l cunoașteți foarte bine. Noi vă propunem 6 pași pentru o prezentare simplă a informațiilor esențiale dintr-un plan de afaceri, astfel încît să-l puteți prezenta în doar 7-10 minute.

Cei șase pași vor cuprinde răspunsuri la următoarele întrebări, considerate esențiale:

I. *SCOP: Ce vă propuneți să faceți în următorul an?*

.....
.....

II. *OBIECTIVE: Care sînt rezultatele pe care le așteptați?*

.....
.....

III. *DESCRIEREA PRODUSULUI/SERVICIULUI: Ce presupune produsul/serviciul dvs.?*

.....
.....

IV. *ANALIZA SWOT: Ce aspecte forte și slabe, oportunități și riscuri are ideea ta de afaceri ?*

Puncte forte

Puncte slabe

Oportunități

Riscuri

V. *RESURSELE NECESARE: De cîte persoane ai nevoie? Care sunt sursele de finanțare a afacerii? etc.*

Resurse umane

Resurse materiale

Resurse financiare

VI. *REZULTATUL AȘTEPTAT: Ce venit voi avea din această afacere? Care va fi profitul?*

Venitul *Profitul*

N.B.! Pentru sugestii suplimentare la prezentarea planului de afaceri vezi „Cum să realizăm o prezentare?” din Anexe.

ANEXE

Rezultatele testului: *Profilul personal de competențe antreprenoriale*

Punctaj:				interpretare:
Nr.	a	b	c	
1.	7	10	4	<ol style="list-style-type: none">1. Scor între 91-100 puncte – Excelent! Ești născut pentru a fi întreprinzător! Trebuie să te gîndești serios la ideea de a-ți lansa propria ta afacere.2. Scor între 81-90 – Foarte bine! Cu siguranță ai toate premisele pentru a fi un bun întreprinzător. Calea către succes îți este deschisă.3. Scor între 51-80 – Se poate mai bine! Ai cîteva dintre lucrurile necesare pentru a fi întreprinzător, dar mare atenție! Sunt o serie de puncte slabe care trebuie îmbunătățite pentru a crește șansele de succes.4. Scor sub 50 – Nesatisfăcător! Poate ar fi mai bine să te gîndești la o slujbă sigură și liniștită. Se pare că afacerile nu prea reprezintă o atracție pentru tine!
2.	4	10	7	
3.	7	10	4	
4.	7	4	10	
5.	10	7	4	
6.	4	7	10	
7.	7	10	4	
8.	7	10	4	
9.	10	4	7	
10.	4	7	10	

Instrumente de auto-evaluare personală

1. Chestionare de autoevaluare:

A. Analizați-vă abilitățile, în coloana „Eu”, utilizând sistemul de notare

B. Rugați o altă persoană, care vă cunoaște bine, să vă evalueze abilitățile în a doua coloană. Ați putea reflecta asupra evaluării pe care v-au făcut-o alții.

- 1) Acesta este unul din punctele mele forte;
- 2) Acesta este un domeniu în care aș mai putea crește;
- 3) Acesta este unul din punctele mele slabe.
- 4) Este un domeniu asupra căruia trebuie să mai lucrez și să mă perfecționez;
- 5) Nu sunt sigur-trebuie să aflu mai multe

Nr.	Abilitățile mele	Eu	O altă persoană	Comentariu
	Căutarea oportunităților și utilizarea acestora			
	Spiritul de inițiativă			
	Creativitatea			
	Învățarea din greșeli			
	Planificarea eficientă			
	Asumarea responsabilității			
	Stabilirea și menținerea relațiilor			
	Gîndirea critică în asumarea riscurilor			
	Soluționarea conflictelor			
	Încrederea în sine			
	Capacitatea de a evalua propriile rezultate			
	Perseverența			
	Abilitățile de negociere			
	Flexibilitatea			
	Potrivirea abilităților cu sarcinile			
	Capacitatea de a cere sfaturi			

2. Chestionar: Aveți spirit de întreprinzător?

Răspundeți la întrebările următoare cu **Da**, **Nu**, **NS** (Nu sunt sigur)

1.	Vă place să luați decizii?	
2.	Vă place concurența?	
3.	Sunteți o persoană disciplinată?	
4.	Vă faceți planuri în prealabil pentru a putea reuși totul la timp?	
5.	Puteți accepta sfaturile altora?	
6.	Sunteți o persoană adaptabilă?	
7.	Sunteți gata să lucrați peste program, în weekend și în vacanță?	
8.	Aveți multă energie fizică și emoțională?	
9.	Știți ce abilități și cunoștințe sunt absolut necesare pentru succesul proiectului Dvs.? Aveți aceste abilități?	
10.	Abilitățile și deprinderile pe care le posedați sunt utile pentru punerea în aplicare a ideii Dvs.?	
11.	Știți cum să găsiți persoanele care posedă cunoștințele necesare pe care Dvs. nu le aveți?	
12.	Proiectul Dvs. corespunde scopurilor Dvs. în ceea ce privește cariera?	

1. Rugați un prieten sau un membru al familiei să vă verifice răspunsurile, pentru a verifica dacă și ei vă văd la fel cum vă vedeți Dvs.
2. Uitați-vă cu atenție la răspunsurile „Nu” și gândiți-vă cum le-ați putea schimba în „Da”

3. Chestionar de auto-evaluare

Acest chestionar de autoevaluare este mai util dacă aveți deja o oarecare experiență de muncă.

SECȚIUNEA: A

Alegeți un singur răspuns la fiecare întrebare.

1. Dacă ar trebui să lucrez 50 de ore pe săptămână:

A	Aș bombăni și m-aș plînge
B	Aș face-o, dacă ar trebui
C	Le-aș spune tuturor că am avut o săptămână ușoară
D	M-aș îmbolnăvi din cauza stresului și a supra oboselii
E	Nu știu

2. Ce ați fi gata să faceți pentru a începe o afacere?

A	Aș accepta un salariu mai mic
B	Mi-aș asuma un risc financiar
C	Aș ipoteca casa familiei
D	Toate cele sus-menționate
E	Nu știu

3. Ce ați face dacă, telefonînd la două sute de potențiali clienți ați fi refuzat de fiecare dată?

A	Aș mai telefona la încă o sută
B	Aș încerca să obțin clienții prin altă metodă
C	Aș cumpăra un telefon mobil
D	Aș ruga o altă persoană să telefoneze
E	Nu știu

4. Dacă ați remarca ceva ce v-ar putea eficientiza munca?

A	Le-aș spune prietenilor cât de genial sunt
B	Aș povesti despre ideile mele supervisorului meu direct
C	M-aș apuca și aș face schimbările singur
D	Aș lua o pauză pînă cînd îmi iese din cap ideea
E	Nu știu

5. Cum v-ar descrie oamenii?

A	Optimist și entuziast
B	Atent și rezervat
C	Comunicabil și plăcut
D	O persoană relaxată și ascultătoare
E	Nu știu

6. Dacă înainte de a vă acorda un credit banca vă solicită să întocmiți un plan de afaceri cum reacționați?

A	Aș merge la o altă bancă
B	Aș cere banii de care am nevoie de la familia mea
C	Aș studia concurența și potențialul pieței
D	Aș ipoteca casa familiei
E	Nu știu

7. Tocmai v-a venit o idee bună de afacere - ce faceți în primul rînd?

A	Pun un semn pe ușă
B	Încep să fac publicitate produsului
C	Încep să studiez potențialul pieței
D	Solicit un credit de la bancă
E	Nu știu

8. Cum ați descrie orarul Dvs. de activitate?

A	Lucrez luni-vineri, de la ora 9 pînă la 5, în weekend sunt liber
B	Relaxat
C	Agitat
D	Muncesc asupra unui lucru pînă îl termin
E	Nu știu

9. Vineri seara primiți o comandă mare de la un client, pe care trebuie să o îndepliniți pînă luni dimineața. Știți că pentru acest lucru aveți nevoie de ceva timp. Ce faceți?

A	Le explic că nu voi putea îndeplini comanda
B	Telefonez asistentului și îi dau această sarcină lui
C	Muncesc peste program și îndeplinesc comanda pînă luni
D	Transmit solicitarea șefului meu
E	Nu știu

SECȚIUNEA: B

Încercuiți răspunsul care vi se potrivește.

1.	Mă cunosc și știu ce pot să fac.	<i>DA</i>	<i>NU</i>
2.	Dacă cred în ceva, îi pot convinge și pe alții că merită.	<i>DA</i>	<i>NU</i>
3.	Deși iau în considerație opinia altor persoane, eu sunt cel care ia decizia finală.	<i>DA</i>	<i>NU</i>
4.	Îmi place să mă dedic în întregime oricărui lucru pe care îl fac: sunt mulțumit atunci când îmi reușește ceva.	<i>DA</i>	<i>NU</i>
5.	Mă simt bine atunci când îi conduc pe alții, inclusiv când le spun ce să facă.	<i>DA</i>	<i>NU</i>
6.	Mă sperie munca grea și lucrul peste program și prefer să fac un singur lucru și nu mai multe în același timp.	<i>DA</i>	<i>NU</i>
7.	Situațiile imprevizibile mi se par stimulative, mai ales atunci când știu ce fac.	<i>DA</i>	<i>NU</i>
8.	Cred că munca îmi dezvoltă abilitățile.	<i>DA</i>	<i>NU</i>
9.	Pentru mine banii sunt un bun indicator de evaluare a succesului.	<i>DA</i>	<i>NU</i>
10.	Nu pot sta fără lucru, sau liniștit. Responsabilitatea de a face ceva îmi dă energie.	<i>DA</i>	<i>NU</i>
11.	Pot face planuri pe termen lung pentru a-mi realiza scopurile și pentru a ajunge acolo ; unde îmi doresc	<i>DA</i>	<i>NU</i>
12.	Nu caut niciodată modalități de a face lucrurile în mod diferit.	<i>DA</i>	<i>NU</i>

Sistem de notare

SECȚIUNEA: A

	A	B	C	D	E
1.	2	3	4	1	0
	1	2	3	4	0
	3	4	2	1	0
	1	3	4	2	0
	4	1	3	2	0
	2	3	4	1	0
	1	3	4	2	0
	2	1	3	4	0
	1	2	4	3	0

Total 28-36:

Aveți spirit de întreprinzător. Sunteți independent și gata să acceptați responsabilități. Aveți un bun spirit de afaceri și doriți să aveți succes.

Total 20-27:

Sunteți interesat să deveniți întreprinzător. Totuși, aveți un spirit de afaceri moderat. Încă ezitați și aveți nevoie de timp pentru a lua o decizie.

Total 10-19:

Preferați o structură fermă pentru a lucra bine și a fi eficient. Spiritul Dvs. de întreprinzător este slab dezvoltat.

SECȚIUNEA: B

1.	D
2.	D
3.	D
4.	D
5.	D
6.	N
7.	D
8.	D
9.	N
10.	D
11.	D
12.	N

- **Dacă răspunsul dvs. a fost Da: de 7-9 ori:**
aveți spirit de întreprinzător

- **Dacă răspunsul dvs. a fost Da: de 4-6 ori:**
aveți doar un interes moderat în afaceri

- **Dacă răspunsul dvs. a fost Da: de 4 ori sau mai puțin:**
interesul Dvs. în afaceri este scăzut

CUM SĂ REALIZĂM UN INTERVIU?

1. Există diverse tipuri de interviuri:

1. Interviuri tematice.
2. Interviuri de profil.
3. Înterviuri-discuție, dezbateri.
4. Interviuri informative: întrebări privind unele evenimente curente.

Curriculum-ul modernizat la disciplina „Bazele antreprenoriatului” propune utilizarea primelor patru tipuri de interviuri.

1. Interviuri tematice: Obiectivul acestui tip de interviuri este de a obține informații și opinii privind o anumită temă. Asemenea interviuri se pot referi la așa subiecte ca, de exemplu, provocările cu care se confruntă oamenii de afaceri în Moldova, asumarea riscurilor, managementul riscurilor în antreprenoriat sau alte teme din domeniul antreprenoriatului, despre care elevii doresc să afle informații sau opinii. Pentru a efectua acest tip de interviuri, este necesar de a ține cont de următoarele:

- Înainte de interviu, elevii trebuie să stabilească foarte clar temele și sub-temele referitoare la care vor solicita informații sau opinii.
- În timpul interviului, elevii trebuie să se axeze pe subiect.
- Elevii trebuie să întocmească o scurtă listă-ghid a chestiunilor-cheie, în care vor descrie aspectele-cheie ale temei abordate.
- Interviul tematic trebuie să fie suficient de flexibil pentru a permite abordarea altor chestiuni aferente, totodată, în timpul interviului, elevii nu trebuie să se abată de la subiect.
- Pentru a putea pune întrebări relevante, elevii trebuie să studieze în prealabil tema ce urmează a fi abordată în cadrul interviului.
- Elevii nu trebuie să discute în contradictoriu cu interviuatul, ci să încerce a obține cât mai multe informații de la el/ea.
- Elevii trebuie să adreseze întrebări deschise, dar bine-orientate.

2. Interviurile de profil: Obiectivul interviurilor de profil este ca elevii, utilizând informația obținută în cadrul interviului, să poată descrie profilul persoanei interviuate. În acest tip de interviuri este important ca:

- Elevii să stabilească ce domenii-cheie doresc să evidențieze în cadrul profilului respectiv. Aspectele de interes ce țin de persoana interviuată includ personalitatea sa, experiența sa, funcția sau întreprinderea sa.
- Puneți întrebări deschise, care permit interviuatului de a vorbi despre sine.
- Chiar dacă interviul are un caracter deschis, axați-vă pe subiect.
- Adresați întrebări „în profunzime”.
- Adresați întrebări cu caracter personal, dar nu prea private.
- Elevii trebuie să ghideze interviuatul, deși agenda interviului trebuie să prevadă ceva timp pentru discuții pe teme libere. Uneori, anume această parte a interviului oferă cele mai relevante informații.
- Elevii nu trebuie să discute în contradictoriu cu interviuatul, ci să încerce a obține cât mai multe informații de la el/ea.

Întrebările pentru acest gen de interviuri vor fi de tip deschis, de exemplu: „Ce-ați întreprins pentru a deschide întreprinderea dumneavoastră?”. Întrebările deschise servesc pentru interviuat drept invitație de a vorbi despre sine, de a începe interviul propriu-zis. Când interviuatul începe a vorbi despre modul în care și-a lansat afacerea, interviuatorul îi va pune întrebări suplimentare pentru a obține unele detalii sau pentru a dirija discuția.

3. Interviuri-discuții, dezbateri: Obiectivul acestui tip de interviuri este de a afla opiniile interviuatului privind anumite subiecte. Interviurile de acest gen îi permit interviuatorului mai mult, decât alte tipuri de interviuri, să-și expună propria opinie să să-și expună în mod deschis dezacordul cu opinia interviuatului.

Pentru acest tip de interviuri, este important ca:

- Elevii să afle în prealabil câte ceva despre subiectul discutat.
- Elevii să adreseze întrebări foarte precise și bine-orientate, pentru a evita confuziile și interpretările greșite.
- Elevii să pregătească întrebările în prealabil.
- Elevii să pregătească argumentele înainte de interviu.
- Elevii să-și exprime propriile lor opinii într-un mod diplomatic.
- Elevii să recurgă la propriile lor opinii ca o punte de trecere spre opiniile interviuatului.
- Dacă avem mai mult decât o persoană interviuată, este important de a le permite tuturor interviuaților să-și expună opiniile. De asemenea, este important de a direcționa discuția, în caz de abatere de la subiect.
- Elevii trebuie să fie gata de a adresa întrebări de clarificare și de a face unele concluzii pe parcursul discuției.

4. Interviul informativ: Întrebări privind evenimente curente. Acest tip de interviuri au mai mult sau mai puțin obiective similare cu interviurile tematice, diferența dintre ele constând în faptul că interviurile informative se axează pe un eveniment concret, nu pe un subiect.

Interviurile informative se supun aceluiași reguli, ca și interviurile tematice.

Toate interviurile parcurg aceleași etape:

1. Pregătirea.
2. Interviuvarea.
3. Analiza datelor obținute în cadrul interviului.
4. Utilizarea datelor obținute.
5. Asigurarea continuității.

Interviurile pot fi realizate prin telefon sau în cadrul unei întâlniri personale.

Interviurile realizate prin telefon permit de a economisi timp, însă, în același timp, poate fi dificil de a le efectua. Or, este mult mai greu să pui întrebări și să interpretezi răspunsurile sau să direcționezi un interviu, dacă nu poți vedea persoana interviuată și nu poți urmări limbajul gesturilor. Pentru a realiza interviuri telefonice, elevii trebuie să pregătească foarte minuțios în prealabil întrebările și să-și formeze o viziune clară asupra subiectelor, precum și a sub-temelelor ce urmează a fi abordate.

Pregătirea

Pregătirea interviului are o importanță crucială pentru obținerea bunelor rezultate. Din acest motiv, este necesar ca profesorul să le acorde elevilor suport la faza de pregătire.

În primul rând, elevii trebuie să restrângă aria temelor și a sub-temelor. Mai simplu vorbind, ei trebuie să stabilească ce doresc să afle. Acest lucru poate părea simplu, însă nu este așa. Solicitați-le elevilor să formuleze obiectivul interviului, precum și temele și sub-temele pe care doresc să le abordeze în cadrul interviului.

Elevii vor necesita ajutor pentru a identifica persoanele relevante, ce urmează a fi interviuate. Dumneavoastră, ca profesor, și alți colegi de-ai dumneavoastră sînteți cei, care le puteți acorda ajutorul necesar în procesul de identificare a intervievaților. După cum s-a menționat deja, prietenii, rudele, vecinii, colegii, organizațiile profesionale de afaceri sau antreprenorii pot contribui la identificarea viitorilor intervievați.

După identificarea intervievatului, acesta urmează a fi contactat. Pentru aceasta, elevii trebuie să urmeze aceleași reguli, precum cele stabilite pentru contactarea întreprinderilor care urmează a fi vizitate. Dacă vor contacta telefonic întreprinderea pentru a conveni privind realizarea interviului, elevii trebuie să pregătească în prealabil o scurtă prezentare despre sine, școala lor, scopul apelului telefonic și obiectivul interviului.

De asemenea, ar fi bine de a expedia o scurtă scrisoare de prezentare persoanei ce urmează a fi interviuate, care va include și temele principale ale interviului. Acesta îi va permite să se pregătească și să structureze interviul.

Înainte de interviu, elevii trebuie să elaboreze un ghid al întrebărilor/interviului. Acest ghid poate fi de tip deschis sau poate fi structurat în funcție de obiectivele interviului.

Un ghid deschis al interviului va include un anumit număr de teme și sub-teme, precum și unele cuvinte-cheie ce trebuie reținute. Iată un exemplu de ghid al întrebărilor pentru un interviu axat pe profilul antreprenorului:

- Care este experiența profesională a antreprenorului:
 - o Studii.
 - o Funcții.
 - o Afaceri.

Acest tip de ghid al întrebărilor permite de a adresa și alte întrebări suplimentare, dar și oferă intervievatului ceva spațiu pentru discuții pe teme libere.

Pentru a utiliza un asemenea ghid al interviului, interviuatorul trebuie să poată foarte bine dirija și orienta interviul.

Un ghid structurat al interviului este specific și concret. Întrebările sînt orientate direct spre informația despre un anumit lucru sau un anumit domeniu. Un exemplu de ghid structurat al întrebărilor poate fi:

- Cînd ați început această afacere?
- Care au fost cele mai dificile lucruri, cu care v-ați confruntat la lansarea afacerii?

Înainte de interviu, elevii ar putea avea nevoie să citească cîte ceva la tema dată și pot avea nevoie de suport pentru a identifica sursele relevante de informații.

Ar putea fi util ca elevii să facă o repetiție a interviului, înainte de a-l realiza în practică.

Asigurați-vă că elevii știu cum să ajungă la locul unde va avea loc interviul și că vor fi acolo la timp.

Dacă elevii n-au realizat anterior nici un interviu, ar putea fi necesar să-i instruiți cum să facă notițe în timpul interviului.

Asigurați-vă că, înainte de interviu, elevii au repartizat rolurile de interviewer și de persoană care va face notițe. Desigur, plus la toate, va trebuie să-i aprovizionați cu hârtie suficientă și cu stilouri.

SFATURI PENTRU ELEVI

- Realizați întotdeauna interviul în echipe de două sau trei persoane. Cineva va pune întrebări, altcineva va face notițe, dar, desigur, cel care face notițele va putea pune și întrebări.
- Veniți întotdeauna la timp la interviu și învățați din timp întrebările.
- Nu uitați să luați o copie a întrebărilor atât pentru voi, cât și pentru persoana interviuată: aceasta vă va permite să structurați interviul.
- Faceți o scurtă introducere în interviu, prezentați obiectivul, rezultatele scontate și, de asemenea, prezentați-vă pe sine. Aceasta constituie un bun început, creează un context pentru interviu și inspiră încredere.
- Rezervați suficient timp pentru interviu și informați interviuatul privind durata estimată a interviului.
- Niciodată nu puneți întrebări la care se poate răspunde doar cu "da" sau "nu". Dimpotrivă, puneți întrebări care îi permit interviuatului să-și exprime opiniile, să vorbească despre anumite lucruri, să furnizeze informații detaliate.
- Începeți cu o întrebare deschisă și, după ce interviuatul începe a vorbi, atrageți atenția asupra aspectelor mai interesante și asupra domeniilor care necesită unele întrebări suplimentare pentru a concretiza anumite detalii.
- Niciodată nu discutați în contradictoriu cu interviuatul, chiar dacă știți că aveți dreptate.
- Dacă nu ați înțeles ceva bine, nu ezitați să-i solicitați interviuatului să repete afirmația sau să explice unele detalii.
- Faceți neapărat notițe în timpul interviului. Deoarece va fi imposibil să notați tot ce va spune interviuatul, notați doar cuvinte-cheie sau propoziții și afirmații-cheie.
- Conveniți în prealabil cine va conduce interviul și asigurați-vă că întrebările sînt bine-orientate.
- Utilizați ghidul întrebărilor în calitate de listă de control pentru a verifica dacă ați obținut toate informațiile necesare și ați abordat toate subiectele planificate.
- Se spune că 70% din comunicare are un caracter non-verbal și doar 30% - verbal. Aceasta înseamnă că trebuie să fiți atenți la limbajul non-verbal al interviuatului. Simte el/ea un disconfort? Ar dori el/ea să mai spună ceva? Sînt întrebările prea personale? Interviutatul ar putea să nu vă spună în mod verbal asemenea lucruri, însă voi trebuie să puteți intui aceasta din "limbajul său corporal".

- Ghidați procesul de interviuare, nu vă sfiți să faceți acest lucru. Dacă nu conduceți procesul, ați putea ajunge la o discuție privind lucruri absolut nerelevante și veți reveni acasă cu informație, pe care n-o puteți utiliza.
- Când simțiți că ați ajuns la sfârșitul interviului, spuneți acest lucru și, de asemenea, oferiți-i interviuatului posibilitatea de a adăuga unele comentarii finale. Ați putea spune ceva de felul *“Am vorbit deja despre toate subiectele, pe care mi le planificasem, ați dori să mai faceți unele comentarii?”*
- Nu uitați să notați data, timpul, locul interviului și numele interviuatului. Solicitați-i adresa electronică sau numărul de telefon, la care îl veți putea contacta, în caz că veți avea nevoie de unele detalii suplimentare sau de unele clarificări.
- Nu uitați să-i mulțumiți interviuatului pentru că și-a rezervat timp pentru a vă da acest interviu.
- Lăsați-i informații pentru relații – adresa electronică sau numărul de telefon, la care interviuatul v-ar putea contacta.

Această listă nu este definitivă. Dacă constatați că ceva îi lipsește, nu ezitați s-o completați. Este foarte important ca această listă să le ofere elevilor sfaturi relevante și concrete.

Utilizarea informației

Imediat după interviu, este important ca elevii să citească comentariile pe care le-au făcut. De asemenea, este important să adauge la notițele făcute în timpul interviului și primele lor impresii.

Dacă anterior elevii n-au lucrat cu date colectate în timpul interviurilor, ar fi util să le dați unele sfaturi privind utilizarea acestor date. Spuneți-le că:

- Nu toate datele sînt relevante.
- Ei au dreptul de a selecta ceea ce le consideră drept relevant.
- Afirmările interviuatului exprimă punctele de vedere și interpretările interviuatului și ele nu sînt neapărat obiective și adevărate.
- Elevii pot să nu fie de acord cu informația obținută și au dreptul de a nu o utiliza.
- Informația poate fi incorectă, de aceea trebuie verificată.
- Elevii trebuie să aibă o poziție critică față de informația prezentată drept “obiectivă”, iar dacă au anumite îndoieli, trebuie s-o verifice.

Asigurarea continuității

Există două lucruri importante ce trebuie efectuate după realizarea unui interviu:

- În primul rînd, elevii trebuie să-i scrie sau să-i telefoneze interviuatului pentru a-i mulțumi pentru interviu.
- În al doilea rînd, elevii trebuie să-i arate interviuatului produsul final, înainte de a-l publica, prezenta sau finaliza o misiune.

CUM SĂ REALIZĂM O PREZENTARE?

În procesul de pregătire a prezentării, trebuie să țineți cont de trei lucruri importante:

- Auditoriu.
- Planul de prezentare.
- Prezentarea prpriu-zisă.

1 AUDITORIUL

Înainte de a începe pregătirea prezentării, gândiți-vă la auditoriu (oamenii care o vor asculta) și la necesitățile sale. De exemplu, trebuie să știți de ce persoanele respective se află acolo. Cu cât mai mult veți știe despre auditoriu și așteptările sale de la prezentare, cu atât mai bine vă veți putea pregăti. Dacă vă pregătiți bine, veți fi mai relaxat în timpul transmiterii mesajului vostru.

În ceea ce privește auditoriul, gândiți-vă la următoarele:

- Cine sînt ei?
- Cîți vor fi?
- Cunosc ei ceva despre subiectul ce urmează a fi abordat?
- Care este vârsta lor, genul și nivelul abilităților?
- De ce sînt acolo?
- Care le sînt necesitățile?
- Ce trebuie să știe ei?

Prezentarea va eșua, dacă auditoriul nu o va înțelege. De aceea, trebuie să aveți grijă ca mesajul vostru să fie clar și ușor de înțeles.

2 PLANUL PREZENTĂRII

În procesul de planificare a prezentării, trebuie să aveți în vedere trei aspecte importante:

1. Conținutul;
2. Structura;
3. Mijloacele vizuale.

1. Conținutul

Conținutul este informația pe care doriți s-o furnizați în cadrul prezentării. Pentru a decide ce volum de informații va trebui să furnizați, cercetați minuțios subiectul prezentării voastre.

Pentru a decide privind elaborarea conținutului, gândiți-vă la următoarele întrebări:

- Cît va dura prezentarea?
- Ce informații-cheie trebuie să cuprind?
- Ce are nevoie să afle auditoriul?

Sugestie: După ce veți stabili despre ce urmează să vorbiți, înainte de a începe a scrie, pregătiți un sumar sau o versiune inițială a prezentării.

2. Structura prezentării

O bună prezentare va avea o structură sau un format. Structura îi va permite auditoriului să urmărească ce le spuneți. Structura prezentării trebuie să conțină o introducere (începutul), un corp (mijlocul) și concluzia (sfârșitul). Dacă prezentarea este slab organizată, mesajul nu va fi suficient de efectiv, iar auditoriul îl va uita repede. Prin urmare, organizarea și structura au o importanță foarte mare pentru reținerea informației de către auditoriu. Plus la aceasta, structura îi va atribui prezentării o imagine profesională.

Prezentarea trebuie să aibă următoarea structură:

a. Introducere

Aceasta este partea cea mai importantă a prezentării, deoarece la această etapă auditoriul își va face o impresie despre voi. Chiar din primele minute, elevii își vor forma o opinie despre voi și vor decide dacă meritați atenția lor. De aceea, este foarte important de a planifica minuțios ce veți spune în cadrul introducerii.

Sugestii

Încercați să faceți următoarele în timpul introducerii:

- Captați atenția auditoriului.
- Prezentați-vă.
- Explicați de ce sînteți aici.
- Explicați ce sperați să realizați.
- Stabiliți o relație bună cu auditoriul.

b. Conținutul

Utilizați această parte a prezentării pentru a explica informația-cheie. Explicați clar fiecare punct aparte pentru ca auditoriul să poată urmări cele spuse. Este important ca fiecare punct să fie explicat simplu și pe scurt. Nu furnizați prea multă informație, deoarece auditoriul nu va memoriza mesajul transmis.

c. Concluzia

Este important ca concluzia formulată să lase o impresie de lungă durată. Utilizați ultimele cîteva minute pentru a repeta cele mai importante idei și informația-cheie. La sfârșitul prezentării, rezervați ceva timp pentru discuții, întrebări și răspunsuri.

Sugestie: Nu uitați să mulțumiți auditoriului pentru participare și pentru atenție.

3. Mijloace vizuale

Acestea sînt lucrurile (resursele), pe care le puteți utiliza pentru a prezenta mesajul dumneavoastră. Este important de a utiliza mijloace vizuale, deoarece ele pot:

- Ajuta auditoriului să se concentreze asupra celor spuse;
- Face prezentarea mai interesantă;ajuta să explicați mai clar ideile;
- Diversifica activitatea.

În calitate de mijloace vizuale, puteți utiliza:

- Tablă.
- Flipchart.
- Proiector.
- Prezentare PowerPoint.
- Imagini video/foto.
- Modele de produse.

Atunci când vă veți gândi la mijloacele vizuale, încercați să răspundeți la următoarele întrebări:

- Vor ajuta aceste mijloace prezentării mele?
- Am utilizat eu deja mijloace vizuale, este ușor de a le utiliza?
- Mă vor ajuta mijloacele vizuale să mențin atenția auditoriului?
- Auditoriul va putea vedea mijloacele vizuale?

Pregătirea mijloacelor vizuale: În procesul de pregătire a mijloacelor vizuale, asigurați-vă că ați făcut următoarele:

1. Verificați dacă dimensiunile caracterelor sînt suficient de mari pentru a putea fi văzute de auditoriu (de exemplu, pentru proiectare - mărimea 20).
2. Nu scrieți întreg textul cu majuscule, deoarece este mai greu de citit.
3. Nu scrieți propoziții lungi – utilizați puncte sau numerotare pentru a organiza ideile-cheie.
4. Utilizați un tip de caractere ce pot fi ușor citite (de exemplu, Arial).
5. Adăugați imagini, ilustrații, diagrame, utilizați mai multe culori pentru a face prezentarea mai captivantă.

3 PREZENTAREA PROPRIU-ZISĂ

Este vorba de transmiterea sau prezentarea mesajului către auditoriu. Când începeți a vorbi, auditoriul va asculta cu atenție ce spuneți și va privi atent la ceea ce arătați. Trebuie să țineți cont de faptul că este tot atît de important **cum** spuneți ceva, **cît** și **ce** spuneți.

Știați că?

Tonul vocii și limbajul corporal pot transmite 65% din mesaj. Limbajul corporal (mișcările corpului) pot exprima atitudinile și gândurile dumneavoastră.

Atrageți atenție la următoarele părți ale corpului dumneavoastră:

Vocea:

- ✓ Vorbiți rar, astfel încît întreg auditoriu să vă poată urmări.
- ✓ Vorbiți tare, astfel încît întreg auditoriu să vă poată auzi.
- ✓ Vorbiți clar, astfel încît întreg auditoriu să vă poată înțelege.
- ✓ Nu utilizați argouri.

3.1. Fața:

- ✓ Zîmbiți, pentru ca auditoriul să fie calm, să nu se plictisească sau sperie.
- ✓ Încercați să rămîneți așa cum sînteți și comportați-vă într-un mod firesc.

Ochii:

- ✓ Privind auditoriul în timpul prezentării, puteți stabili o relație bună cu cei ce vă ascultă. A privi pe cineva în timp ce-i vorbești, înseamnă a stabili un „contact vizual”.
- ✓ Nu citiți textul, ci învățați-l pe din afară.

3.2. Ținuta:

- ✓ Stați drept, nu vă sprijiniți de unele obiecte.
- ✓ Aveți grijă să nu stați în fața mijloacelor vizuale. Asigurați-vă că tabla este vizibilă pentru toți.
- ✓ Nu vă jucați cu obiecte, cum ar fi stiloul, și nu țineți mîinile în buzunare în timp ce vorbiți.
- ✓ Nu vă deplasați prea mult încolo și înapoi prin sală și nu bateți din picioare în timp de vorbiți.
- ✓ Îmbrăcați-vă adecvat prezentării – nu prea lejer (de exemplu, în blugi). Nu uitați, trebuie să vă îmbrăcați pentru auditoriu, nu pentru sine. Nu purtați bijuterii prea strălucitoare sau stridente.

3.3. Atitudinea:

- ✓ Dați dovadă de interes față de subiectul prezentat și fiți încrezut. Păstrați-vă calmul și manifestați profesionalism!

Simularea prezentărilor

Cheia succesului este de a ști ce doriți să spuneți și de a vă antrena aptitudinile de prezentare.

Fiți relaxați și simțiți-vă bine.

Nu vă îngrijorați, auditoriul va dori să asculte ce veți spune!

Sugestie: Antrenați-vă mai întâi în fața oglinzii apoi a prietenilor sau a familiei și solicitați-le o părere despre prezentarea dumneavoastră.

Bibliografie

1. Bocoș, M., *Instruire interactivă*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj Napoca, 2002
2. Cucuș, C., *Pedagogie*, ediția a II-a, revăzută și adăugită, Editura Polirom, Iași, 2006
3. Cartaleanu, T.; Cosovan, O.; Goraș-Postică, V.; Lîsenco, S.; Sclifos, L., *Formarea competențelor prin strategii didactice interactive*, Centrul Educațional PRO DIDACTICA, Chișinău, 2008.
4. Cerghit, I., *Metode de învățămînt*, Ediția a III-a, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1997
5. Chicu V (coord.), *Formarea continuă a cadrelor didactice în contextul educației centrate pe cel ce învață*, CEP USM, Chișinău, 2010
6. Cristea G., *Managementul lecției*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2007
7. Copilu, D., Crosman, D. *Ce sunt competențele și cum pot fi ele formate*, Conferința "Competencies and Capabilities in Education" Oradea 2009.
8. *Ghid de implementare a curriculumului modernizat pentru treapta liceală (la diferite discipline)*, Ministerul Educației al Republicii Moldova, Proiectul "Educație de calitate în mediul rural din Republica Moldova", Ed. Cartier, Chișinău, 2010
9. Guțu Vl. (coord.), *Educația centrată pe cel ce învață*. Ghid metodologic, CEP USM, Chișinău, 2009
10. Guțu Vl. (coord.), *Psihopedagogia centrată pe copil*, CEP USM, Chișinău, 2008
11. Joiță E., *Management educațional*, Polirom, Iași, 2000
12. Jinga, I., Negret, I., *Învățarea eficientă*, București, Editura Aldin, 1999
13. Ionescu, M.,(2000), *Demersuri creative în predare și învățare*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
14. Ionescu, M., Chiș, V.,(1992), *Strategii de predare și învățare*, Editura Științifică, București.
15. Ionescu M., Radu I., *Didactica modernă*, Cluj-Napoca, Editura Dacia, 2001.
16. Iucu Romiță B., *Managementul și gestiunea clasei de elevi*, Polirom, Iași, 2000
17. Temple, Ch.; Steele, J.L.; Meredith, K.S., *Inițiere în metodologia Lectură și Scriere pentru Dezvoltarea Gîndirii Critice*, Centrul Educațional PRO DIDACTICA, Chișinău, 2001.
18. Temple, Ch.; Steele, J.L.; Meredith, K.S., *Aplicarea tehnicilor de dezvoltare a gîndirii critice*, Centrul Educațional PRO DIDACTICA, Chișinău, 2003.
19. Roegiers, X., *Manualul școlar și formarea competențelor în învățămînt*, Chișinău, ianuarie, 2001, în: www.proeducation.md
20. Nicu, A.,(2007), *Strategii de formare a gîndirii critice*, Editura Didactică și Pedagogică, București.
21. Materiale *Formarea profesorilor pentru implementarea curriculumului modernizat de liceu*, Pro Didactica (biblioteca on line)
22. Minder, M., *Didactica funcțională. Obiective, strategii, evaluare*, Ed. Cartier, București, 2003.
23. Sclifos L., Goraș-Postică V.ș.a., *O competență-cheie: a învăța să înveți. Ghid metodologic*, Chișinău, C. E. PRO DIDACTICA, 2010



GLOSAR

A	
Active	Totalitatea bunurilor, care aparțin agenților economici (clădiri, mașini, licența, computer, echipament); datoriile altor persoane față de agentul economic respectiv (datoriile membrilor față de asociație, împrumuturile acordate, dobânda, care trebuie achitată în asociație).
Active nemateriale	Active nebănești, determinate ușor și controlate de întreprindere, care nu au o formă fizică și pot fi utilizate mai mult de o perioadă de gestiune (brevete, licențe, embleme comerciale, programe informatice, cheltuieli de constituire etc.).
Active materiale pe termen lung	Active cu o durată de funcționare mai mare de 1 an, utilizate în activitatea întreprinderii sau care se afla în proces de creare (terenuri, mijloace fixe, clădiri, mașini).
Active pe termen scurt (Active curente)	Stocuri de mărfuri materiale, creanțe pe termen scurt, investiții pe termen scurt, mijloace bănești.
Afacere	Activitate legală din domeniul agricol, industrial, comerț, financiar etc. desfășurată în scopul obținerii de profit.
Analiza SWOT	Instrument de planificare strategică folosit pentru a evalua punctele tari, punctele slabe, oportunitățile și amenințările într-un proiect sau într-o acțiune de afaceri. Această analiză implică specificarea obiectivului acțiunii sau proiectului și identificarea factorilor interni și externi favorabili și nefavorabili atingerii obiectivului respectiv.
Antreprenor	Persoană care își asumă conștient anumite riscuri și dorește să obțină un anumit profit.
Întreprinzător	Persoană care își asigură câștigul printr-o afacere, contract sau ca liber profesionist. Se referă, de asemenea, la o persoană care inițiază o afacere nouă.
Antreprenoriat	Activitatea de fabricare a producției, executare a lucrărilor și prestare a serviciilor, desfășurată de cetățeni și de asociațiile acestora în mod independent, din proprie inițiativă, în numele lor, pe riscul propriu și sub răspunderea lor patrimonială, cu scopul de a asigura o sursă permanentă de venit.
B	
Bancă	Instituție specializată în primirea de la public, a economiilor pe care le utilizează în forma de resurse pentru acordarea creditelor sau alte operațiuni financiare (procurarea acțiunilor, obligațiunilor, certificatelor de trezorerie).
Bilanț	Situația patrimoniului agentului economic, întocmită periodic, la o anumită dată, sub formă de bilanță, care reflectă tot ce posedă o întreprindere (ACTIVUL) și tot ceea ce datorează precum și mijlocele proprii (PASIVUL).
Buget	Plan exprimat în termeni financiari, de exemplu, ce sumă de bani este necesară pentru a administra o afacere.

C	
Capital	Avuție sub formă de bani, mărfuri și bunuri materiale.
Capital statutar	Suma capitalului stabilit prin statut la constituirea unei întreprinderi.
Cererea	Variabilă economică măsurabilă, care reflectă nevoile pe care consumatorii și le pot satisface în limita puterii lor de cumpărare.
Cheltuieli	Consum de mijloace materiale, financiare, forță de muncă, energie exprimată în formă bănească cu scopul atingerii unor obiective stabilite.
Contabilitate	Procesul de înregistrare a tranzacțiilor în registrele contabile.
Cont	1. Asigură reflectarea în expresie valorică a existentului și a tuturor mișcărilor, care au avut loc într-un element patrimonial, venituri sau cheltuieli
	2. Mijloc de calcul contabil pentru stabilirea soldului final și a modificărilor succesive ale unui element patrimonial, venit, cheltuială sau rezultat financiar, în cursul unei perioade de timp
Cont de decontare (Cont curent)	Cont deschis de întreprindere la o instituție financiară, care servește la înregistrarea, în ordine cronologică, a tuturor operațiunilor efectuate de posesorul acestui cont.
Credit	Suma mijloacelor bănești primite de la o bancă comercială sau instituție de micro-finanțare, în baza unui contract de creditare.
D	
Deservirea clienților	Capacitatea de a satisface necesitățile clienților.
F	
Fișa postului	Fișa postului precizează cerințele de experiență, studii, caracteristici personale față de persoana, care ocupă un post, relațiile cu alte posturi (poziția în organigramă), sarcinile de muncă (detaliat), competențele decizionale și răspunderea ce revine persoanei, care ocupă postul. Cu acest tip de document se operează la organizarea formală a întreprinderilor, de obicei, aceasta devine anexă la contractul individual de muncă.
Flux monetar (flux de numerar, flux al mijloacelor bănești) (Cash-flow)	Determinarea lichidității întreprinderii prin diferența dintre veniturile și cheltuielile cumulate pe o anumită perioadă de timp.
Furnizori	Firme sau indivizi care oferă produsele lor unei întreprinderi pentru a produce bunuri sau servicii.
I	
Idee de afaceri	Activități, care consumă resurse și care generează profit.

Investiție	<p>- Plasări de capital în agenți economici (industriali, agricoli, comerciali) cu scopul obținerii de profituri.</p> <p>- Utilizarea resurselor întreprinderii (economii, credite, capital propriu) cu scopul obținerii veniturilor (dobânzi, dividende), care generează profit și creșterea capitalului propriu.</p>
Î	
Împrumut	Acțiune în baza căreia o persoană, numită împrumutător, predă altei persoane, numită împrumutat, o cantitate de bunuri consumabile, neconsumabile și/sau o anumită sumă de bani, împrumutatul urmînd a i le restitui la scadență, în anumite condiții.
M	
Management	Proces prin care se coordonează, se conduce, se planifică și se controlează activitățile desfășurate într-o organizație, astfel încît să se asigure atingerea scopurilor acesteia, cu maximă eficiență. Managementul are un caracter universal, și se poate aplica oricărui tip de organizație.
Marfă	Prodot al muncii omenești, care satisface o necesitate socială și este destinat schimbului prin intermediul vânzării și cumpărării.
Marjă	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cota de rezervă pentru acoperirea unor diferențe de valoare. 2. Diferența între costul de vânzare și cel de producție.
Marja de profit	Diferența între veniturile din vânzări de mărfuri și costul de achiziție aferent mărfurilor vîndute. Se referă la întreprinderile de comercializare (distribuție) sau la partea de activitate pur comercială efectuată de întreprinderile producătoare.
Marketing	Proces ce constă în trezirea interesului clienților pentru produsele și serviciile unei propuse pe piață.
Mix de marketing (marketing-mix)	Rezultatul îmbinării ingredientelor de marketing; politica de produs, politica de preț, politica de distribuție și politica de promovare, pentru o anumită perioadă de timp, prin angajarea planificată a tuturor.
N	
Negociere	Proces desfășurat cel puțin între doi parteneri, care își propun drept scop să realizeze, prin convorbiri pașnice, armonizarea progresiva a intereselor și pozițiilor lor în legătură cu o anumită problemă comercială, de cooperare.
O	
Ofertă	Categorie economică, care exprimă relațiile ce se stabilesc în legătură cu prezența pe piață a bunurilor materiale și serviciilor destinate schimbului prin intermediul vânzării-cumpărării.

Ordin de plată	Dispoziție necondiționată dată de către posesorul unui cont bancar, băncii care gestionează contul respectiv prin care se pune la dispoziția unui beneficiar o anumită sumă de bani.
Organigrama	Reprezentare grafică a structurii organizatorice a unei întreprinderi sau a unor părți din ea cu ajutorul anumitor simboluri și pe baza unor reguli specifice.
P	
Perioada de recuperare a investițiilor	Exprimă perioada de timp în care se recuperează investiția din profit sau din venitul net obținut în urma realizării investiției.
Piață	Categorie economică a producției de mărfuri în care își găsește expresia totalitatea relațiilor economice ce apar în procesul de vânzare-cumpărare a mărfurilor.
Piață produsului	Segment al pieței, care exprimă gradul de penetrație a unui produs în consum, gradul său de solicitare de către consumatori, adică posibilitățile sale de desfășurare.
Plan de afaceri	Document, care descrie succint obiectivele operaționale și financiare ale unei afacerii și care conține un plan detaliat și un buget, care arată în ce mod vor fi atinse aceste obiective. Planul de afaceri conține, de asemenea, prognoze financiare detaliate privind rezultatele afacerii, precum și un plan de marketing.
Planul de management	Parte componentă a planului de afaceri care descrie aspectele de gestionare ale afacerii și include următoarele elemente: structura organizatorică, echipa managerială, etica managerială.
Planul de marketing	Parte componentă a planului de afaceri în domeniul marketingului, ce stabilește obiective concrete strategice și mijloace alese pentru realizarea lor. În general, planul de marketing cuprinde următoarele elemente: analiza situației prezente, piața și consumatorii, concurenții, produsele cheie, zonele cheie pentru vânzări (amplasarea), strategia de promovare/de marketing.
Postul	Unitatea de bază a structurii organizatorice descris prin rol (ce are de făcut angajatul într-o anumită funcție) și statut (care este poziția postului în raport cu celelalte). Fiecărui post îi revine o configurație anumită de sarcini, competențe și responsabilități.
Prag de rentabilitate	Nivelul afacerilor, în care încasările (veniturile) sînt egale cu cheltuielile (costurile).
Produs	Ansamblul de bunuri materiale sau servicii vîndut de o firmă, identificat prin caracteristici tehnice și conținutul simbolic.
Promovare	Comunicarea cu potențialii clienți cu scopul de a-i influența să cumpere produsele și serviciile companiei. Promovarea include diverse metode pentru a face un produs (serviciu) cunoscut clienților, astfel încît aceștia să dorească să îl cumpere.

Profit	Cîștigul obținut ca urmare a unei activități eficiente din punct de vedere economic sau beneficiul obținut ca rezultat al investiției de capital. Se calculează ca venit total minus cost total.
Profit net	Suma de bani rămasă după plata cheltuielilor, impozitelor și taxelor. Profitul brut minus impozitele.
R	
Rentabilitate	Capacitate a unui capital plasat sau investit de a produce un venit, exprimat în termeni financiari.
Risc	Pericole, pagube eventuale, mai mult sau mai puțin previzibile. Elemente incerte ce pot apărea în procesul evenimentelor tehnice, de desfacere, utilizate de o întreprindere în vederea desfacerii produselor sale umane, sociale, reflectînd variațiile distribuirii rezultatelor posibile, probabilitatea de apariție cu valorile subiective și obiective, avînd efecte posibil păgubitoare și ireversibile.
S	
Salariul	Suma de bani dată de patron salariatului în temeiul unui contract individual de muncă pentru munca efectuată sau ce trebuie efectuată și pentru serviciile îndeplinite sau ce trebuie îndeplinite.
Stabilirea prețului	Fixarea prețului de vînzare a unui produs sau serviciu.
Studiu de piață	Colectarea și analiza informației despre clienți, concurenți și strategii de marketing. Întreprinzătorii utilizează studiul de piață pentru a determina fezabilitatea unei noi afaceri, a verifica interesul pentru noile produse sau servicii, a-și perfecționa afacerea și a elabora strategii concurențiale. Cu alte cuvinte, studiul de piață permite întreprinzătorilor să ia decizii care le permit să fie mai receptivi la necesitățile clienților și să mărească profiturile.
V	
Valoare	Categorie economică a producției de mărfuri a cărei substanță este munca socială a producătorilor de mărfuri înmagazinată în corpul material al acestora.
Venit	Ceea ce obține un agent economic ca rezultat al utilizării capitalului.
Viabilitate	Calitatea de a fi viabil, rezistent, durabil, apt de a avea o existență îndelungată.

PENTRU NOTIȚE

A series of horizontal dotted lines for taking notes.

