



**ANTREPRENOR**  
PRIN FIRMA DE EXERCIȚIU

COLEGIUL ECONOMIC "MIHAIL KOGĂLNICEANU" FOCȘANI



**EDUCAȚIE DE CALITATE, UN  
PAS SPRE ANTREPRENORAT**

AN III, 2019

## Cuprins

|                                                                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Firma de exercițiu- pas către antreprenariat .....                                                                             | 3  |
| Târgul Național al firmelor de exercițiu – aprilie 2019.....                                                                   | 5  |
| COMISIE TÂRG 2019 .....                                                                                                        | 8  |
| Firme de exercițiu , participare directă la Targul Național Focșani- aprilie 2019 .....                                        | 10 |
| Firme de exercițiu , participare indirectă la Targul Național Focșani- aprilie 2019 .....                                      | 12 |
| Premii obținute de firmele de exercițiu, paricipare directă,Focșani ,2019 .....                                                | 15 |
| Premii obținute de firmele de exercițiu, paricipare indirectă,Focșani ,2019 .....                                              | 17 |
| CONCURS VIRTUAL BUSINESS CHALLENGE, 12 APRILIE 2019 .....                                                                      | 19 |
| Târgul Firmelor de Exercițiu- F.E. MKTech S.R.L.....                                                                           | 23 |
| FE „IZVORUL MUNTELLUI” SRL.....                                                                                                | 24 |
| F.E Happy Events MK SA.....                                                                                                    | 26 |
| Experiența mea la firma de exercițiu .....                                                                                     | 27 |
| Imagini ale firmelor de exercițiu participante la Târgul Național Focșani.....                                                 | 28 |
| Competențe antreprenoriale prin firma de exercitiu .....                                                                       | 42 |
| E-COMMERCE FORMA ECONOMIEI DIGITALE.....                                                                                       | 44 |
| ENERGIA MARINĂ.....                                                                                                            | 47 |
| Firma de exercițiu – metodă modernă de predare – învățare pentru dezvoltarea competențelor antreprenoriale ale tinerilor ..... | 49 |
| „FIRMA DE EXERCITIU” - METODĂ DIDACTICĂ ACTIVĂ.....                                                                            | 52 |
| Rolul creativității și inovației în succesul antreprenorial .....                                                              | 55 |
| Modelul ARCS.....                                                                                                              | 59 |
| FIRMA DE EXERCITIU, ACTIVITĂȚI ȘI PRACTICĂ DE SPECIALITATE PENTRU ACOMODAREA CU FIRMA REALĂ.....                               | 62 |
| MANAGEMENT PENTRU ÎNTREPRINZĂTORI .....                                                                                        | 65 |
| Antreprenor pe platforma eTwinning .....                                                                                       | 68 |
| PROMOVAREA ACTIVITĂȚILOR ANTREPRENORIALE ÎN DOMENIUL SPORTIV .....                                                             | 72 |
| OPORTUNITATEA STUDIERII ȘTIINȚELOR ECONOMICE, PRIN FIRMA DE EXERCITIU .....                                                    | 77 |
| INCUBATORUL DE AFACERI .....                                                                                                   | 80 |
| Proiect educațional – „Firma de exercițiu – punte către mediul economic real” .....                                            | 83 |
| CREATIVITATEA ȘI TRANSDISCIPLINARITATEA ÎN PROCESUL DIDACTIC.....                                                              | 87 |
| FIRMA DE EXERCITIU, METODĂ INTERACTIVĂ DE ÎNVĂȚARE PENTRU DEZVOLTAREA COMPETENȚELOR ANTREPRENORIALE .....                      | 91 |
| Studii de caz competiția Business Challenge.....                                                                               | 94 |

## **Firma de exercițiu- pas către antreprenoriat**

Firma de exercițiu reprezintă o metodă interactivă de învățare pentru dezvoltarea spiritului antreprenorial, o concepție modernă de integrare și de aplicare interdisciplinară a cunoștințelor, o abordare care asigură condiții pentru probarea și aprofundarea practică a competențelor dobândite de elevi în pregătirea profesională. Firma de exercițiu este o metodă care se folosește pe plan internațional și are ca scop dezvoltarea inițiativei tinerilor pentru modul în care se demarează și se conduce o afacere.

În cadrul firmei de exercițiu elevul exersează și dobândește, pe de o parte, competențe cheie (abilități antreprenoriale, deprinderi de lucru în echipă, capacitate de conducere, autonomie de lucru, luarea de decizii și asumarea răspunderii, culegerea și prelucrarea independentă a informațiilor, gândirea creativă, aplicarea în practică a cunoștințelor teoretice, rezolvare de situații problemă, perseverență, organizarea locului de muncă), iar pe de altă parte, competențe specializate, ce presupun organizarea și conducerea activității firmelor, fundamentarea de strategii, elaborarea ofertelor de produse și servicii, ținerea evidenței contabile, efectuarea analizei eficienței economico-financiare a firmei. Toate acestea, facilitează angajabilitatea pe termen lung, flexibilitatea pe piața muncii și capacitatea de învățare pe tot parcursul vieții.

Elevii se dezvoltă personal și profesional, implicându-se direct în procesul de învățare.

Obiectivele urmărite pentru dezvoltarea spiritului antreprenorial, se realizează prin: familiarizarea elevilor cu activitățile specifice firmei reale; simularea operațiunilor și a proceselor economice specifice mediului real de afaceri; formarea limbajului specific afacerilor; dezvoltarea de competențe necesare unui întreprinzător dinamic: gândire critică, luare de decizii, asumarea responsabilității, negocierea și argumentarea, lucrul în echipă, inițiativă, autoorganizare și autoevaluare a resurselor individuale

Metoda de învățare „firma de exercițiu” a reprezentat o bază pentru o formare, care poate să satisfacă cerințele pieței muncii, aflate în concordanță cu standardele europene.

Rețeaua creată de firmele de exercițiu care își desfășoară activitatea în școli, organizată și condusă de Centrala Firmelor de exercițiu, inclusă în rețeaua internațională a Firmelor de Exercițiu, răspunde cerințelor economiei naționale și mondiale printr-un învățământ orientat la maximum către pregătirea practică.

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

- Simularea proceselor de lucru dintr-o întreprindere ;
- Realizarea unei legături nemijlocite între teorie și practică ;
- Aplicarea în practică a cunoștințelor de la diverse discipline și module de studiu;

- Cooperarea între elevi;
- Acționarea în situații neobișnuite;

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



În concluzie "Firma de exercițiu" a reprezentat pentru elevi o metodă interactivă de învățare și aprofundarea practică a competențelor dobândite de ei în pregătirea profesională.

Director,  
Prof. Bocsok Gabriela

## Târgul Național al firmelor de exercițiu – aprilie 2019

CENTRUL DE RESURSE PENTRU FIRMA DE EXERCİȚIU - REGIUNEA SUD-EST din cadrul COLEGIULUI ECONOMIC “MIHAIL KOGĂLNICEANU” FOCȘANI a organizat în data de 12 aprilie 2019 a X-a ediție Târgul Firmelor de Exercițiu – „Elevul de azi, antreprenorul de mâine”, eveniment înscris în Calendarul activităților educative naționale.

La competițiile organizate în cadrul Târgului s-au înscris 51 de firme de exercițiu cu participare directă și 60 de firme de exercițiu cu participare indirectă, din următoarele județe: Giurgiu, Constanța, Ilfov, Buzău, Brăila, Galați, Vrancea, Iași, Suceava, Bistrița, Maramureș, Satu-Mare, Cluj, Mehedinți, Vâlcea, Argeș, Prahova și din Republica Moldova. La târg, elevii angajați în firma de exercițiu au derulat tranzacții virtuale, au promovat imaginea de viitori întreprinzători/ angajați instruiți ai firmelor de exercițiu. Acest târg a avut în vedere dezvoltarea inițiativei și a spiritului antreprenorial în rândul tinerilor, efectele de lungă durată fiind responsabilizarea și evoluția lor ca agenți economici de succes, pe o piață economică în continuă schimbare.



Firmele participante au fost recompensate cu premii pentru numeroase categorii, precum cel mai bun vânzător, cel mai profesionist site, cel mai profesionist personal de stand, cel mai bun slogan și siglă, cel mai bun catalog, cel mai bun negociator în limba engleză, cele mai bune materiale promoționale, cel mai bun spot publicitar, cea mai bună prezentare PPT, cel mai bun stand, cea mai reprezentativă mascotă.

Acest târg reprezintă o oportunitate pentru elevii-antreprenori să își promoveze firmele, pot să își exerseze competențele antreprenoriale și de comunicare dobândite la orele de laborator tehnologic. Printre standurile firmelor de exercițiu se puteau observa tinerii afaceriști dornici să își promoveze domeniile de activitate, prin toate mijloacele pe care le-au avut la îndemână. De la vestimentația aleasă cu grijă, la ornarea standului și crearea celor mai de impact broșuri, elevii s-au prezentat impecabil. Elevii îndrăgesc să participe la astfel de activități deoarece firma de exercițiu este o metodă inovativă de învățare, ce vizează dezvoltarea aptitudinilor de muncă pentru







Prof. Darmanescu Sonica

## COMISIE TÂRG 2019

Comisia își desfășoară activitatea în următoarea componență:

Președinte: Prof. Cristea Dorin, Inspector Școlar General, ISJ Vrancea

Președinte executiv: Prof. Fiștoc Camelia Mihaela – inspector școlar pentru învățământul profesional și tehnic, ISJ Vrancea

Vicepreședinți:

Prof. Bocsok Gabriela, Director la Colegiul Economic „M. Kogălniceanu”, Focșani

Prof. Simion Mihaela - inspector școlar pentru Educație permanentă și activități extrașcolare, ISJ Vrancea

Prof. Dărmănescu Sonica - Colegiul Economic „M. Kogălniceanu” Focșani, coordonator proiect

Prof. Tudor Mihaela, Director adjunct la Colegiul Economic „M. Kogălniceanu”, Focșani  
Secretar: Voicu Mihaela-Colegiul Economic „M. Kogălniceanu”, Focșani

Membri : Prof. Lupu Cătălina- Colegiul Economic „M. Kogălniceanu”, Focșani

Constantinescu Mirela- Colegiul Economic „M. Kogălniceanu”, Focșani

Solomon Cornelia - Colegiul Economic „M. Kogălniceanu”, Focșani

Mihalache Pachița- Colegiul Economic „M. Kogălniceanu”, Focșani

Mihuț Nicoleta- Colegiul Economic „M. Kogălniceanu”, Focșani

Evaluatori:

Subcomisia 1 - Secțiunea: Cel mai bun stand

Prof. Alexe Nicoleta Monica– Colegiul Economic „Costin Kirițescu”, București

Prof. Ștefănescu Alina - Liceul Agricol „Dr. Constantin Angelescu”, Buzău

Prof. Mihăiță Corina Mihaela - Liceul Tehnologic „Tiu Dumitrescu”, Mihăilești, Giurgiu

Prof. Botezatu Mărioara- Colegiul Economic „M. Kogălniceanu”, Focșani

Prof. Horeangă Mihaela - Colegiul Tehnic „Gh. Asachi”, Focșani

Prof.dr. Stoican Mirela - Colegiul Tehnic „Gh. Asachi”, Focșani

Subcomisia 2 - Secțiunea: Cel mai bun slogan + siglă +mascotă

Prof. Trăistaru Nicoleta- Colegiul Economic „Costin Kirițescu”, București

Prof. Hritcu Claudia Gabriela - Liceul Tehnic Buzău

Prof. Arhire Mihaela - Colegiul Tehnic „Gh. Asachi”, Focșani

Prof. Prisăcaru Monica - Palatul Copiilor Focșani

Prof. Stanciu Dorin - Colegiul Economic „M. Kogălniceanu”, Focșani

Subcomisia 3 - Secțiunea: Cel mai bun catalog

Prof. Dr. Colan Geanina - Colegiul Economic „Virgil Madgearu”, Galați

Prof. Pintrijăl Mariana - Liceul Tehnologic Economic „Virgil Madgearu”, Iași

Prof. Vlaicu Oana - Colegiul Economic „M. Kogălniceanu”, Focșani

Prof. Gaidargi Monica - Colegiul Economic „M. Kogălniceanu”, Focșani

Prof. Coroamă Alina - Colegiul Tehnic „I. Mincu”, Focșani

Subcomisia 4 - Secțiunea: Cea mai bună prezentare PPT

Prof. Bucur Viorica - Liceul Tehnologic „Virgil Madgearu”, Constanța

Prof. Brînză Geanina - Liceul Tehnologic Economic „Virgil Madgearu”, Iași

Prof. Grecu Elena - Colegiul Tehnic „I. Mincu”, Focșani



Prof. Huștiu Maria - Colegiul Economic „M. Kogălniceanu”, Focșani  
 Prof. Zahariuc Tincuța - Colegiul Tehnic „Gh. Asachi”, Focșani

Subcomisia 5 - Secțiunea: Cel mai bun spot publicitar

Prof. Zugravu Larisa-Dana - Liceul Teoretic „I. Neculce”, Tg. Frumos, jud. Iași  
 Prof. Lupu Geanina-Valentina - Liceul Tehnologic „Tudor Vladimirescu”, Tudor Vladimirescu, Galați

Prof. Niculițov Gina - Colegiul Economic „M. Kogălniceanu”, Focșani  
 Prof. Taban Carmen - Colegiul Economic „M. Kogălniceanu”, Focșani

Subcomisia 6 - Secțiunea: Cele mai bune materiale promoționale

Prof. Muscă Daniela - Colegiul Economic „Virgil Madgearu” Galați  
 Prof. Petre-Boceanu Ana-Maria - Colegiul Economic „Costin Kirițescu” București  
 Prof. Bădăraș Lăcrămioara - Colegiul Economic „M. Kogălniceanu”, Focșani  
 Prof. Giurgea Daniela - Colegiul Economic „M. Kogălniceanu”, Focșani

Subcomisia 7 - Secțiunea: Cel mai bun vânzător

Prof. Toban Stelică - Liceul Tehnologic „Ion Barbu”, Giurgiu  
 Prof. Anton Adriana - Colegiul Economic Buzău  
 Prof. Badeaon Mariana - Colegiul Economic „M. Kogălniceanu”, Focșani  
 Prof. Rusu Veronica - Colegiul Economic „M. Kogălniceanu”, Focșani  
 Prof. Preda Ioana - Colegiul Economic „M. Kogălniceanu”, Focșani

Subcomisia 8 - Secțiunea: Personal de stand profesionist

Prof. Barbu Octavia- Liceul Agricol „Dr. Constantin Angelescu”, Buzău  
 Prof. Berbecaru Camelia Florica - Liceul Tehnologic „Ion Barbu”, Giurgiu  
 Prof. Perteza Cristina Nicoleta - Liceul Tehnic Buzău  
 Prof. Scarlat Valeria - Colegiul Economic „M. Kogălniceanu”, Focșani  
 Prof. Ilie Gabriela - Colegiul Economic „M. Kogălniceanu”, Focșani  
 Prof. Apostu Rodica - Colegiul Tehnic „I.Mincu”, Focșani

Subcomisia 9 - Secțiunea: Site profesionist

Prof. Stroie Filofteia- Liceul Agricol „Dr. Constantin Angelescu”, Buzău  
 Prof. Colibășanu Adela - Liceul Tehnologic „Ion Barbu”, Giurgiu  
 Prof. Căpriță Paraschiva - Colegiul Economic Buzău  
 Prof. Pavăl Laura - Colegiul Economic „M. Kogălniceanu”, Focșani  
 Prof. Toader Florin - Colegiul Economic „M. Kogălniceanu”, Focșani

Subcomisia 10 - Secțiunea: Cel mai bun negociator în limba engleză

Prof. Oprea Aurora - Liceul Tehnic Buzău  
 Prof. Hăntuție Cătălin - Școala Superioară Comercială „Nicolae Kretzulescu”, București  
 Prof. Isăilă Mircea - Școala Superioară Comercială „Nicolae Kretzulescu”, București  
 Prof. Dr. Răvaș Marilena - Director, Colegiul Tehnic „Gh. Asachi”, Focșani  
 Prof. Dr. Vișan Carmen Corina - Colegiul Economic „M. Kogălniceanu”, Focșani

Subcomisia 11 - Secțiunea: Virtual Business Challenge

Ec. Scarlat Ionuț - Sinevo România  
 Puiu Iulian - Student Fac. de Antreprenoriat  
 Popa Adela - Student Fac. SNSPA, București  
 Comisar Gavrilă Romică - C.J.P.C. Vrancea

Director adjunct Tudor Mihaela

## Firme de exercițiu , participare directă la Targul Național Focșani- aprilie 2019

| Nr crt | Nume Firmă de Exercițiu      | Prof. coordonator                                   | Liceul                                                              |
|--------|------------------------------|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| 1      | FE GRENCERT SRL              | BARBU OCTAVIA,<br>CODREANU DANIELA                  | LICEUL AGRICOL „DR. CONSTANTIN ANGELESCU” BUZĂU                     |
| 2      | FE M.K. TECH SRL             | BOTEZATU MĂRIOARA<br>BADEAON MARIANA                | COLEGIUL ECONOMIC „M. KOGĂLNICEANU FOCȘANI                          |
| 3      | FE ECOJOBS SRL               | TOBAN STELICĂ                                       | LICEUL TEHNOLOGIC „ION BARBU" GIURGIU                               |
| 4      | FE CASSA ROMÂNEASCĂ SRL      | TRĂISTARU NICOLETA<br>VERONICA                      | COLEGIUL ECONOMIC „COSTIN KIRIȚESCU” BUCUREȘTI                      |
| 5      | F.E. Aventure SRL Galati     | MUSCĂ DANIELA                                       | COLEGIUL ECONOMIC „VIRGIL MADGEARU" GALAȚI                          |
| 6      | FE DECO-ART SRL              | DĂRMĂNESCU SONICA<br>BOCSOK GABRIELA                | COLEGIUL ECONOMIC „M. KOGĂLNICEANU FOCȘANI                          |
| 7      | FE CTIM SMART GIFTS SRL      | COROAMĂ ALINA,<br>GRECU ELENA                       | COLEGIUL TEHNIC „I. MINCU" FOCȘANI                                  |
| 8      | FE MAGIC ELEGANCE STUDIO SRL | ALEXE NICOLETA<br>MONICA                            | COLEGIUL ECONOMIC „COSTIN KIRIȚESCU” BUCUREȘTI                      |
| 9      | FE ROYAL GUARD SRL           | LUPU GEANINA-<br>VALENTINA                          | LICEUL TEHNOLOGIC „TUDOR VLADIMIRESCU" , TUDOR VLADIMIRESCU, GALAȚI |
| 10     | FE WHISPERS OF ELEGANCE SRL  | HĂNȚULIE CĂTĂLIN                                    | ȘCOALA SUPERIOARĂ COMERCIALĂ „NICOLAE KRETZULESCU" BUCUREȘTI        |
| 11     | FE Magic Paper SRL           | SCARLAT VALERIA,<br>FIȘTOC MIHAELA,<br>HUȘTIU MARIA | COLEGIUL ECONOMIC „M. KOGĂLNICEANU FOCȘANI                          |
| 12     | FE FRUITY LAND SRL           | ALEXE NICOLETA<br>MONICA                            | COLEGIUL ECONOMIC „COSTIN KIRIȚESCU” BUCUREȘTI                      |
| 13     | FE Akadia SRL                | POȘTOVEI CĂTĂLINA,<br>ENUȘ ADINA                    | COLEGIUL ECONOMIC BUZĂU                                             |
| 14     | FE MAXMANAGER SA GIURGIU     | TOBAN STELICĂ                                       | LICEUL TEHNOLOGIC „ION BARBU" GIURGIU                               |
| 15     | FE MINCU TRAVEL SRL          | APOSTU RODICA,<br>PETREA MANUELA,<br>DINIȚĂ IULIAN  | COLEGIUL TEHNIC „I.MINCU" FOCȘANI                                   |
| 16     | FE RAIUL DULCE SRL           | HĂNȚULIE CĂTĂLIN                                    | ȘCOALA SUPERIOARĂ COMERCIALĂ „NICOLAE KRETZULESCU" BUCUREȘTI        |
| 17     | FE AGROFRUCT SA              | ȘTEFĂNESCU ALINA,<br>STROIE FILOFTEIA               | LICEUL AGRICOL „DR. CONSTANTIN ANGELESCU” BUZĂU                     |
| 18     | FE AFRODITA COSMETICS SRL    | COLAN GEANINA                                       | COLEGIUL ECONOMIC „VIRGIL MADGEARU" GALAȚI                          |
| 19     | FE ROUMANIAN TOUR SRL        | COLIBĂȘANU ADELA                                    | LICEUL TEHNOLOGIC „ION BARBU" GIURGIU                               |
| 20     | FE GREEN NATURE SRL          | NICULIȚOV GINA<br>HUȘTIU MARIA                      | COLEGIUL ECONOMIC „M. KOGĂLNICEANU FOCȘANI                          |
| 21     | FE B TRAVEL SRL              | PETREA MANUELA,                                     | COLEGIUL TEHNIC „I. MINCU" FOCȘANI                                  |

|    |                                     |                                                        |                                                                           |
|----|-------------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
|    |                                     | APOSTU RODICA,<br>DINIȚĂ IULIAN                        |                                                                           |
| 22 | FE A CLAS JUNIOR<br>SRL             | HĂNȚULIE CĂTĂLIN                                       | ȘCOALA SUPERIOARĂ COMERCIALĂ<br>„NICOLAE KRETZULESCU" BUCUREȘTI           |
| 23 | FE IZVORUL<br>MUNTELUI SRL          | SAVIN GABRIELA<br>BOCSOK GABRIELA                      | COLEGIUL ECONOMIC „M.<br>KOGĂLNICEANU FOCȘANI                             |
| 24 | FE S-WINGS SRL                      | PETRE-BOCEANU ANA-<br>MARIA                            | COLEGIUL ECONOMIC „COSTIN<br>KIRIȚESCU” BUCUREȘTI                         |
| 25 | FE ROYAL ART<br>SRL                 | CĂRBUNARU ALINA                                        | COLEGIUL TEHNIC „I. MINCU" FOCȘANI                                        |
| 26 | FE STAMPSTYLE<br>SRL                | OPREA AURORA                                           | LICEUL TEHNIC BUZĂU                                                       |
| 27 | FE MAIN EVEN<br>CELEBRATION<br>SRL  | HRITCU CLAUDIA<br>GABRIELA                             | LICEUL TEHNIC BUZĂU                                                       |
| 28 | FE HAPPY EVENTS<br>M.K. SA          | GIURGEA DANIELA<br>BADEAON MARIANA                     | COLEGIUL ECONOMIC „M.<br>KOGĂLNICEANU FOCȘANI                             |
| 29 | F.E. TerraTour SRL<br>Galati        | MUSCĂ DANIELA                                          | COLEGIUL ECONOMIC „VIRGIL<br>MADGEARU" GALAȚI                             |
| 30 | FE FANTASY<br>DESIGN SRL            | COLAN GEANINA                                          | COLEGIUL ECONOMIC „VIRGIL<br>MADGEARU" GALAȚI                             |
| 31 | FE THREE-STAR-<br>HOLIDAY SRL       | BERBECARU CAMELIA                                      | LICEUL TEHNOLOGIC „ION BARBU"<br>GIURGIU                                  |
| 32 | CRAZY PARTY<br>1003 S.R.L           | BUCUR VIORICA                                          | LICEUL TEHNOLOGIC „VIRGIL<br>MADGEARU" CONSTANȚA                          |
| 33 | FE PLANT<br>FLOWERS SRL             | PERTEA CRISTINA<br>NICOLETA                            | LICEUL TEHNIC BUZĂU                                                       |
| 34 | FE AMANDICATIS<br>SRL               | VIȘAN CORINA, VLAICU<br>OANA, ILIE GABRIELA            | COLEGIUL ECONOMIC „M.<br>KOGĂLNICEANU FOCȘANI                             |
| 35 | FE BIJUART SA                       | BRÎNZĂ GEANINA,<br>CÂRSTEA LAURA<br>MARIA              | LICEUL TEHNOLOGIC ECONOMIC<br>„VIRGIL MADGEARU" IAȘI                      |
| 36 | F.E .TOP<br>HOLIDAYS<br>TRAVEL S.A. | PINTRIJĂL MARIANA                                      | LICEUL TEHNOLOGIC ECONOMIC<br>„VIRGIL MADGEARU" IAȘI                      |
| 37 | FE ARENA<br>SPORTURILOR SRL         | COROAMĂ ALINA                                          | COLEGIUL TEHNIC „I. MINCU" FOCȘANI                                        |
| 38 | FE COLOUR<br>DESIGN 2307 SRL        | BUCUR VIORICA                                          | LICEUL TEHNOLOGIC „VIRGIL<br>MADGEARU" CONSTANȚA                          |
| 39 | FE deCOsign SRL                     | ZUGRAVU LARISA-<br>DANA                                | LICEUL TEORETIC „I. NECULCE” , TG.<br>FRUMOS, JUD. IAȘI                   |
| 40 | FE Čokoláda M.K.<br>SRL             | FIȘTOC MIHAELA,<br>BOTEZATU MĂRIOARA,<br>TUDOR MIHAELA | COLEGIUL ECONOMIC „M.<br>KOGĂLNICEANU FOCȘANI                             |
| 41 | FE GLAMOUR<br>DRINKS SRL            | LUPU GEANINA-<br>VALENTINA                             | LICEUL TEHNOLOGIC „TUDOR<br>VLADIMIRESCU" , TUDOR<br>VLADIMIRESCU, GALAȚI |
| 42 | FE SAN GEORGIO<br>SRL               | BERBECARU CAMELIA<br>FLORICA                           | LICEUL TEHNOLOGIC „ION BARBU"<br>GIURGIU                                  |
| 43 | FE SEVEN SRL                        | PETRE-BOCEANU ANA-<br>MARIA                            | COLEGIUL ECONOMIC „COSTIN<br>KIRIȚESCU” BUCUREȘTI                         |
| 44 | FE Dexter PUFF SRL                  | POȘTOVEI CĂTĂLINA,<br>ENUȘ ADINA                       | COLEGIUL ECONOMIC BUZĂU                                                   |

|    |                        |                                    |                                                        |
|----|------------------------|------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| 45 | FE ARTMAKERS SRL       | PRICOP OANA-MIRELA                 | LICEUL TEORETIC „I. NECULCE” , TG. FRUMOS, JUD. IAȘI   |
| 46 | FE Jeunesse SRL        | ARDELEANU MAGDALENA, ANTON         | COLEGIUL ECONOMIC BUZĂU                                |
| 47 | FE Pet Royal SRL       | ARDELEANU MAGDALENA, ANTON ADRIANA | COLEGIUL ECONOMIC BUZĂU                                |
| 48 | FE KING'S CAFFE SRL    | MIHĂIȚĂ CORINA MIHAELA             | LICEUL TEHNOLOGIC TIU DUMITRESCU , MIHĂILEȘTI, GIURGIU |
| 49 | FE MUNTENIA TRAVEL SRL | LUNGU ROXANA CLAUDIA               | LICEUL TEHNIC BUZĂU                                    |
| 50 | FE DR. LIFE SRL        | ANTON ADRIANA, ENUȘ ADINA          | COLEGIUL ECONOMIC BUZĂU                                |
| 51 | FE INFINITTEA SRL      | TRĂISTARU NICOLETA VERONICA        | COLEGIUL ECONOMIC „COSTIN KIRIȚESCU” BUCUREȘTI         |

### **Firme de exercițiu , participare indirectă la Targul Național Focșani- aprilie 2019**

| Nr. crt. | Nume Firmă de Exercițiu      | Prof. coordonator         | Liceul                                                           |
|----------|------------------------------|---------------------------|------------------------------------------------------------------|
| 1        | FE PRO CONFORT HOTEL SRL     | ONOSE CĂTĂLINA            | COLEGIUL TEHNIC DE ALIMENTAȚIE ȘI TURISM „D. MOȚOC” GALAȚI       |
| 2        | FE Elite Events SRL          | IVAȘC MARILENA            | COLEGIUL TEHNIC DE ALIMENTAȚIE ȘI TURISM „D. MOȚOC” GALAȚI       |
| 3        | FE REVOIRE SRL               | POP ALINA NATALIA         | COLEGIUL ECONOMIC „NICOLAE TITULESCU" BAIA MARE, MARAMUREȘ,      |
| 4        | FE ExProfGroup SRL           | Lazarev Natalia           | Colegiul Național de Comerț al ASEM, Chisinau, Republica Moldova |
| 5        | FE BIO-SOL SRL               | ANTOCI-POPA ANA           | Colegiul Național de Comerț al ASEM, Chisinau, Republica Moldova |
| 6        | F.E „Global Identity” S.R.L. | ANTOCI-POPA ANA           | Colegiul Național de Comerț al ASEM, Chișinău, Republica Moldova |
| 7        | FE COCOȘUL DE HUREZ SRL      | IONESCU MARIA             | COLEGIUL ECONOMIC RM. VÂLCEA                                     |
| 8        | FE Goddess Beauty SA         | IONESCU MARIA             | COLEGIUL ECONOMIC RM. VÂLCEA                                     |
| 9        | FE LEGO FRUCT SRL            | IONESCU MARIA             | COLEGIUL ECONOMIC RM. VÂLCEA                                     |
| 10       | FE CARGOVIL SRL              | IONESCU MARIA             | COLEGIUL ECONOMIC RM. VÂLCEA                                     |
| 11       | FE ANTARTIC DRINKS SA        | IONESCU MARIA             | COLEGIUL ECONOMIC RM. VÂLCEA                                     |
| 12       | FE HOLIDAY FOR YOU SRL       | BERBECARU CAMELIA FLORICA | LICEUL TEHNOLOGIC „ION BARBU" GIURGIU                            |
| 13       | FE COFFEE HOUSE SRL          | LOVIN DANIEL              | LICEUL TEHNOLOGIC „COSTACHE CONACHI” PECHEA, GALAȚI              |
| 14       | FE ATTO SOLUTIONS SRL        | LOVIN DANIEL              | LICEUL TEHNOLOGIC „COSTACHE CONACHI” PECHEA, GALAȚI              |
| 15       | FE RO TRADIȚIA               | LOVIN DANIEL              | LICEUL TEHNOLOGIC „COSTACHE                                      |



|    |                            |                                        |                                                                                  |
|----|----------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
|    | SRL                        |                                        | CONACHI" PECHEA, GALAȚI                                                          |
| 16 | FE LADY'S SRL              | LOVIN DANIEL                           | LICEUL TEHNOLOGIC „COSTACHE CONACHI" PECHEA, GALAȚI                              |
| 17 | FE PETIT CHEF SRL          | LICIU CONSTANȚA                        | COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC , , THEODOR COSTESCU"DROBETA TURNU SEVERIN, MEHEDINȚI |
| 18 | FE FASHION DESIGN SA       | LICIU CONSTANȚA                        | COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC , , THEODOR COSTESCU"DROBETA TURNU SEVERIN, MEHEDINȚI |
| 19 | FE ROMSEM SRL              | LICIU CONSTANȚA                        | COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC , , THEODOR COSTESCU"DROBETA TURNU SEVERIN, MEHEDINȚI |
| 20 | FE SI&GO SRL               | LICIU CONSTANȚA                        | COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC , , THEODOR COSTESCU"DROBETA TURNU SEVERIN, MEHEDINȚI |
| 21 | FE ELIXIR SA               | LICIU CONSTANȚA                        | COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC , , THEODOR COSTESCU"DROBETA TURNU SEVERIN, MEHEDINȚI |
| 22 | FE QUIQLY STYLE SRL        | URSACHE ANGELICA, NEAGU MIOARA DANIELA | LICEUL TEHNOLOGIC „HARALAMB VASILIU" PODU ILOAIEI, IAȘI                          |
| 23 | FE ALICE SRL               | PALENSCAR TEODORA                      | LICEUL TEOLGIC PENTICOSTAL BAIA MARE, MARAMUREȘ                                  |
| 24 | FE FUN FACTORY SRL         | RODICA BUCUR                           | COLEGIUL ECONOMIC „VIRGIL MADGEARU" PLOIEȘTI                                     |
| 25 | FE PICĂȚURA DIVINĂ SRL     | RODICA BUCUR                           | COLEGIUL ECONOMIC „VIRGIL MADGEARU" PLOIEȘTI                                     |
| 26 | FE UNIQUE DESIGN SRL       | RODICA BUCUR                           | COLEGIUL ECONOMIC „VIRGIL MADGEARU" PLOIEȘTI                                     |
| 27 | FE ROYAL GARDEN DESIGN SRL | RODICA BUCUR                           | COLEGIUL ECONOMIC „VIRGIL MADGEARU" PLOIEȘTI                                     |
| 28 | FE BOGADI AGRO SRL         | STANCIU NICOLETA                       | COLEGIUL NAȚIONAL DE AGRICULTURĂ ȘI ECONOMIE TECUCI, GALAȚI                      |
| 29 | FE FARMOROM SRL            | STANCIU NICOLETA                       | COLEGIUL NAȚIONAL DE AGRICULTURĂ ȘI ECONOMIE TECUCI, GALAȚI                      |
| 30 | FE POFTĂ DE VIAȚĂ SRL      | CIRCOTĂ ROXANA                         | LICEUL TEHNOLOGIC DE MARINĂ GALAȚI                                               |
| 31 | FE BIG SUN SRL             | CIRCOTĂ ROXANA                         | LICEUL TEHNOLOGIC DE MARINĂ GALAȚI                                               |
| 32 | FE ECO CLEAN SA            | PANGU TANȚA                            | COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC , , THEODOR COSTESCU"DROBETA TURNU SEVERIN, MEHEDINȚI |
| 33 | FE SECURYTI 4 YOU SRL      | PANGU TANȚA                            | COLEGIUL NAȚIONAL ECONOMIC , , THEODOR COSTESCU"DROBETA TURNU SEVERIN, MEHEDINȚI |
| 34 | FE BECIUL DOAMNEI SA       | MUNTEANU ANCA                          | LICEUL TEHNOLOGIC ECONOMIC „VIRGIL MADGEARU" IAȘI                                |
| 35 | FE OPEN TRAVEL SA          | MUNTEANU ANCA                          | LICEUL TEHNOLOGIC ECONOMIC „VIRGIL MADGEARU" IAȘI                                |
| 36 | FE IMPERIAL GOLD SA        | MUNTEANU ANCA                          | LICEUL TEHNOLOGIC ECONOMIC „VIRGIL MADGEARU" IAȘI                                |
| 37 | FE ONOFRESHFLOWERS SA      | PINTILIE MIHAELA                       | LICEUL TEHNOLOGIC ECONOMIC „VIRGIL MADGEARU" IAȘI                                |
| 38 | FE HANUL DORULUI SRL       | LUNGU IONICA                           | COLEGIUL TEHNIC DE ALIMENTAȚIE ȘI TURISM „D. MOȚOC" GALAȚI                       |

|    |                         |                                                  |                                                              |
|----|-------------------------|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| 39 | FE WORLD OF PETS SRL    | HĂNȚULIE CĂTĂLIN                                 | ȘCOALA SUPERIOARĂ COMERCIALĂ „NICOLAE KRETZULESCU" BUCUREȘTI |
| 40 | COSMO WAYS JUNIOR SRL   | HĂNȚULIE CĂTĂLIN                                 | ȘCOALA SUPERIOARĂ COMERCIALĂ „NICOLAE KRETZULESCU" BUCUREȘTI |
| 41 | FE TECOPAN SRL          | DASCĂLU IONICA                                   | COLEGIUL NAȚIONAL DE AGRICULTURĂ ȘI ECONOMIE TECUCI, GALAȚI  |
| 42 | FE CHIQUE LOUNGE SRL    | UGLEAN GABRIELA                                  | ȘCOALA SUPERIOARĂ COMERCIALĂ „NICOLAE KRETZULESCU" BUCUREȘTI |
| 43 | FE HEALTHY FOOD SRL     | GHIRAȘ- DĂNUȚ CORNELICA                          | COLEGIUL TEHNIC TRANSILVANIA, BAIA MARE, MARAMUREȘ           |
| 44 | FE MAGIC MIRROR SRL     | GHIRAȘ- DĂNUȚ CORNELICA                          | COLEGIUL TEHNIC TRANSILVANIA, BAIA MARE, MARAMUREȘ           |
| 45 | FE FAIRY LAND SRL       | AMĂRIUȚEI DANIELA, JESCU LIANA, GRĂDINARIU MARIA | LICEUL TEHNOLOGIC ECONOMIC „VIRGIL MADGEARU" IAȘI            |
| 46 | FE SMART TEAM SRL       | STANCU MĂDĂLINA ZĂVOIANU GABRIELA                | COLEGIUL ECONOMIC „MARIA TEIULEANU" PITEȘTI, ARGEȘ           |
| 47 | FE DELICII ARGEȘENE SRL | ZĂVOIANU MÂNDRUȚA                                | COLEGIUL ECONOMIC „MARIA TEIULEANU" PITEȘTI, ARGEȘ           |
| 48 | FE MAGIC WORLD SRL      | STANCU MĂDĂLINA, ZĂVOIANU MÂNDRUȚA               | COLEGIUL ECONOMIC „MARIA TEIULEANU" PITEȘTI, ARGEȘ           |
| 49 | FE ECOLIFE SRL          | VELICU AMALIA                                    | COLEGIUL ECONOMIC „MARIA TEIULEANU" PITEȘTI, ARGEȘ           |
| 50 | FE SUNNY TRAVEL SRL     | ILE LARISA                                       | COLEGIUL ECONOMIC „COSTIN KIRIȚESCU" BUCUREȘTI               |
| 51 | FE Dream World SRL      | MARINESCU MAGDA                                  | LICEUL TEHNOLOGIC „HARALAMB VASILIU" PODU ILOAIEI, IAȘI      |
| 52 | FE Best Book SRL        | MARINESCU MAGDA                                  | LICEUL TEHNOLOGIC „HARALAMB VASILIU" PODU ILOAIEI, IAȘI      |
| 53 | FE MADNESS TOUR SRL     | ȘOFRAN PAUL CHIRILĂ                              | COLEGIUL TEHNIC NAPOCA, CLUJ                                 |
| 54 | FE GRAND CLASS SRL      | LILOF ANCA VIOLETA, FEICHTER                     | COLEGIUL ECONOMIC „I. GHICA" BRAILA                          |
| 55 | FE PHOENIX SRL          | ZEMEILI ELENA                                    | COLEGIUL ECONOMIC „ION GHICA" BRĂILA                         |
| 56 | FE VIN LA TINE SRL      | SABO MIHAELA                                     | COLEGIUL ECONOMIC „GHEORGHE DRAGOȘ", SATU-MARE               |
| 57 | FE PARTY PEOPLE SRL     | STAFIE AMALIA                                    | COLEGIUL „VASILE LOVINESCU" FĂLTICENI, SUCEAVA               |
| 58 | FE AUTOSTAR SRL         | RADU CAMELIA                                     | LICEUL TEHNOLOGIC „TRAIAN VUIA" GALAȚI                       |
| 59 | FE Eco Thinking SRL     | MANOLACHE ANIȘOARA                               | COLEGIUL „VASILE LOVINESCU" FĂLTICENI, SUCEAVA               |
| 60 | FE HOLIDAY FOR YOU SRL  | BERBECARU CAMELIA FLORICA                        | LICEUL TEHNOLOGIC „ION BARBU" GIURGIU                        |

**Premii obținute de firmele de exercițiu, participare  
directă, Focșani ,2019**

|    |                                     | Cel mai bun stand | Personal de stand profesionist | Cea mai reprezentativa mascota | Cel mai bun slogan și siglă | Cel mai bun catalog | Cea mai bună prezentare PPT | Cel mai bun spot publicitar | Cele mai bune materiale promoționale | Cel mai bun vânzător | Site profesionist | Cel mai bun negociator în limba engleză | Marele premiu |
|----|-------------------------------------|-------------------|--------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|---------------------|-----------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|----------------------|-------------------|-----------------------------------------|---------------|
| 1  | <b>FE GREENCERT SRL</b>             |                   | I                              |                                |                             |                     |                             |                             | II                                   | II                   |                   |                                         |               |
| 2  | <b>FE ECOJOBS SRL</b>               |                   |                                |                                |                             | II                  |                             |                             |                                      |                      |                   |                                         |               |
| 3  | <b>FE CASSA ROMÂNEASCĂ SRL</b>      |                   |                                |                                |                             | M                   |                             | II                          |                                      |                      |                   | III                                     |               |
| 4  | <b>F.E. AVENTURE SRL Galati</b>     |                   |                                | M                              |                             | M                   |                             |                             |                                      |                      | M                 |                                         |               |
| 5  | <b>FE MAGIC ELEGANCE STUDIO SRL</b> | II                |                                | I                              | I                           | II                  | I                           | M                           | III                                  |                      |                   |                                         | I             |
| 6  | <b>FE ROYAL GUARD SRL</b>           |                   | M                              |                                | M                           |                     |                             |                             |                                      | III                  | M                 |                                         |               |
| 7  | <b>FE WORLD OF PETS SRL</b>         |                   |                                |                                | III                         | M                   | M                           | III                         |                                      | I                    |                   | III                                     |               |
| 8  | <b>FE FRUITY LAND SRL</b>           |                   |                                | II                             | II                          | II                  | III                         | III                         | I                                    |                      | III               | M                                       |               |
| 9  | <b>FE AKADIA SRL</b>                |                   | M                              | M                              |                             | I                   |                             |                             | M                                    | III                  |                   | M                                       |               |
| 10 | <b>FE MAXMANAGER SA GIURGIU</b>     |                   |                                |                                | III                         |                     |                             |                             | M                                    |                      |                   |                                         |               |
| 11 | <b>FE RAIUL DULCE SRL</b>           |                   | II                             |                                |                             |                     |                             |                             | I                                    |                      |                   |                                         |               |
| 12 | <b>FE AGROFRUCT SA</b>              |                   | III                            | III                            |                             |                     | M                           |                             |                                      | M                    | M                 | M                                       |               |
| 13 | <b>FE AFRODITA COSMETICS SRL</b>    | M                 |                                |                                |                             |                     |                             |                             | III                                  |                      |                   | M                                       |               |
| 14 | <b>FE ROUMANIAN TOUR SRL</b>        |                   |                                |                                |                             |                     |                             |                             |                                      |                      |                   |                                         |               |
| 15 | <b>COSMO WAYS JUNIOR SRL</b>        |                   |                                |                                | II                          |                     |                             |                             |                                      |                      |                   | M                                       |               |
| 16 | <b>FE S-WINGS SRL</b>               |                   |                                | M                              |                             |                     |                             | I                           |                                      | II                   | M                 |                                         |               |
| 17 | <b>FE STAMPSTYLE SRL</b>            | M                 |                                |                                |                             |                     |                             |                             | M                                    |                      |                   |                                         |               |
| 18 | <b>FE MAIN EVEN CELEBRATION SRL</b> |                   |                                |                                |                             |                     | M                           |                             |                                      | M                    | M                 |                                         |               |
| 19 | <b>F.E. TERRA TOUR SRL</b>          |                   |                                |                                | II                          |                     |                             |                             |                                      |                      | II                |                                         |               |
| 20 | <b>FE FANTASY DESIGN SRL</b>        |                   | II                             |                                |                             |                     |                             | II                          |                                      |                      | I                 |                                         |               |

|    |                                      |        |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |   |
|----|--------------------------------------|--------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---|
| 21 | <b>FE THREE-STARs-HOLIDAY SRL</b>    |        |     |     |     |     | M   |     |     |     |     |     |   |
| 22 | <b>F.ECRAZY PARTY 1003 S.R.L</b>     |        | III |     |     | M   | M   |     |     |     |     |     |   |
| 23 | <b>FE PLANT FLOWERS SRL</b>          |        | M   |     | II  |     |     |     |     |     |     |     |   |
| 24 | <b>FE BIJUART SA</b>                 |        |     | M   |     |     |     | II  |     | M   | III |     |   |
| 25 | <b>F.E .TOP HOLIDAYS TRAVEL S.A.</b> | M      |     |     |     | III | M   | M   | II  | M   |     |     |   |
| 26 | <b>FE COLOUR DESIGN 2307 SRL</b>     |        |     |     | M   | III |     |     |     |     |     |     |   |
| 27 | <b>FE DECOSIGN SRL</b>               | M      |     |     |     |     | II  |     |     |     | II  |     |   |
| 28 | <b>FE GLAMOUR DRINKS SRL</b>         |        |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |   |
| 29 | <b>FE SAN GEORGIO SRL</b>            |        |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |   |
| 30 | <b>FE SEVEN SRL</b>                  |        |     |     |     |     |     | M   |     |     |     |     |   |
| 31 | <b>FE DEXTER PUFF SRL</b>            | M      |     |     |     |     |     |     |     |     |     | I   |   |
| 32 | <b>FE ARTMAKERS SRL</b>              | I      | M   | M   |     |     | III |     |     |     |     |     |   |
| 33 | <b>FE JEUNESS SRL</b>                |        |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |   |
| 34 | <b>FE PET ROYAL SRL</b>              | III    | M   | III | M   |     | II  | M   | M   | M   |     | II  |   |
| 35 | <b>FE KING'S CAFFE SRL</b>           | III    |     |     |     |     | M   |     |     |     |     | II  |   |
| 36 | <b>FE MUNTENIA TRAVEL SRL</b>        |        |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |   |
| 37 | <b>FE DR. LIFE SRL</b>               | II     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |   |
| 38 | <b>FE INFINITTEA SRL</b>             |        |     |     |     | M   |     |     | M   |     |     |     |   |
| 39 | <b>FE M.K. TECH SRL</b>              | II     | M   |     |     |     | M   | II  |     | II  | II  |     |   |
| 40 | <b>FE DECO-ART SRL</b>               |        | I   |     | I   | I   | II  |     | III | M2  | III | II  |   |
| 41 | <b>FE CTIM SMART GIFTS SRL</b>       |        |     |     | M   |     | M   | I   |     |     |     |     |   |
| 42 | <b>FE MAGIC PAPER SRL</b>            |        |     |     | III |     | III |     |     |     |     |     |   |
| 43 | <b>FE MINCU TRAVEL SRL</b>           |        |     |     |     |     |     |     |     |     |     | M   |   |
| 44 | <b>FE GREEN NATURE SRL</b>           | I      | II  | I   |     | M2  | I   | M   | I   | I   | I   | I   | I |
| 45 | <b>FE B TRAVEL SRL</b>               |        |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |   |
| 46 | <b>FE IZVORUL MUNTELUI SRL</b>       |        |     | II  |     |     |     |     |     |     |     | M   |   |
| 47 | <b>FE ROYAL ART SRL</b>              | M<br>1 | M   |     | II  | II  |     | III |     |     | M   |     |   |
| 48 | <b>FE HAPPY EVENTS M.K. SA</b>       | III    | III | III |     | III |     |     | II  |     |     | III |   |
| 49 | <b>FE AMANDICATIS SRL</b>            | M<br>2 |     |     | M   | M1  |     |     | M   | M1  | M   |     |   |
| 50 | <b>FE ČOKOLADA M.K. SRL</b>          |        |     | M   |     |     |     |     |     | III |     |     |   |
| 51 | <b>FE ARENA SPORTURILOR SRL</b>      |        |     | M   |     |     |     | M   | M   |     |     |     |   |

## Premii obținute de firmele de exercițiu, participare indirectă, Focșani, 2019

|    |                              | Cea mai bună prezentare PPT | Cel mai bun spot publicitar | Cel mai bun catalog | Cele mai bune materiale promoționale | Site profesionist | Cel mai bun slogan și siglă |
|----|------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|---------------------|--------------------------------------|-------------------|-----------------------------|
| 1  | FE PRO CONFORT HOTEL SRL     |                             |                             |                     | II                                   |                   | III                         |
| 2  | FE Elite Events SRL          |                             |                             | III                 |                                      |                   | II                          |
| 3  | FE REVOIRE SRL               |                             |                             |                     |                                      |                   |                             |
| 4  | FE ExProfGroup SRL           | I                           |                             |                     | I                                    |                   | I                           |
| 5  | FE BIO-SOL SRL               |                             | I                           |                     | III                                  |                   |                             |
| 6  | F.E „Global Identity” S.R.L. |                             |                             |                     | I                                    |                   |                             |
| 7  | FE COCOȘUL DE HUREZ SRL      | III                         |                             | M                   | M                                    |                   |                             |
| 8  | FE Goddess Beauty SA         | II                          | M                           |                     | III                                  |                   |                             |
| 9  | FE LEGO FRUCT SRL            | III                         |                             |                     |                                      |                   |                             |
| 10 | FE CARGOVIL SRL              |                             |                             | III                 |                                      |                   | I                           |
| 11 | FE ANTARTIC DRINKS SA        | III                         |                             |                     | II                                   |                   |                             |
| 12 | FE HOLIDAY FOR YOU SRL       |                             |                             |                     |                                      |                   | II                          |
| 13 | FE COFFEE HOUSE SRL          |                             |                             |                     | I                                    |                   |                             |
| 14 | FE ATTO SOLUTIONS SRL        |                             |                             |                     | III                                  |                   |                             |
| 15 | FE RO TRADIȚIA SRL           | M                           |                             | II                  | II                                   |                   |                             |
| 16 | FE LADY'S SRL                |                             |                             | M                   |                                      |                   |                             |
| 17 | FE PETIT CHEF SRL            | III                         |                             |                     |                                      |                   |                             |
| 18 | FE FASHION DESIGN SA         |                             |                             | III                 | M                                    |                   |                             |
| 19 | FE ROMSEM SRL                | III                         |                             | III                 | II                                   |                   |                             |
| 20 | FE SI&GO SRL                 | II                          |                             |                     |                                      |                   |                             |
| 21 | FE ELIXIR SA                 |                             |                             | M                   |                                      |                   |                             |
| 22 | FE SHINING STYLE SRL         |                             | M                           |                     |                                      |                   |                             |
| 23 | FE ALICE SRL                 | III                         |                             | III                 |                                      |                   | II                          |
| 24 | FE FUN FACTORY SRL           |                             | III                         | II                  |                                      |                   |                             |
| 25 | FE PICĂȚURA DIVINĂ SRL       |                             | II                          | I                   |                                      |                   | I                           |
| 26 | FE UNIQUE DESIGN SRL         |                             |                             | I                   |                                      |                   |                             |
| 27 | FE ROYAL GARDEN              |                             |                             | III                 |                                      |                   |                             |



|    |                             |     |     |     |     |    |     |
|----|-----------------------------|-----|-----|-----|-----|----|-----|
|    | DESIGN SRL                  |     |     |     |     |    |     |
| 28 | FE BOGADI AGRO SRL          | M   | M   |     |     |    |     |
| 29 | FE FARMOROM SRL             |     | M   |     |     |    |     |
| 30 | FE POFTĂ DE VIAȚĂ SRL       |     |     |     | I   |    |     |
| 31 | FE BIG SUN SRL              |     |     |     | II  |    | III |
| 32 | FE ECO CLEAN SA             |     |     | M   |     | II |     |
| 33 | FE SECURYTI 4 YOU SRL       |     |     |     | III |    |     |
| 34 | FE BECIUL DOAMNEI SA        | M   |     |     |     |    | II  |
| 35 | FE OPEN TRAVEL SA           |     |     | M   |     |    | III |
| 36 | FE IMPERIAL GOLD SA         |     |     | M   |     |    |     |
| 37 | FE ONOFRESHFLOWER S SA      | I   | I   | II  |     |    |     |
| 38 | FE HANUL DORULUI SRL        |     |     |     |     | II |     |
| 39 | FE WHISPERS OF ELEGANCE SRL | I   |     | I   |     |    | I   |
| 40 | FE A CLAS JUNIOR SRL        |     | I   |     | I   | I  |     |
| 41 | FE TECOPAN SRL              | M   |     |     |     |    |     |
| 42 | FE CHIQUE LOUNGE SRL        |     |     | M   |     |    | II  |
| 43 | FE HEALTHY FOOD SRL         |     |     |     |     |    | M   |
| 44 | FE MAGIC MIRROR SRL         | III |     |     |     |    | III |
| 45 | FE FAIRY LAND SRL           |     |     |     | M   | M  |     |
| 46 | FE SMART TEAM SRL           | M   | I   | M   |     |    |     |
| 47 | FE DELICII ARGEȘENE SRL     |     |     | III |     | M  |     |
| 48 | FE MAGIC WORLD SRL          |     | I   |     |     |    |     |
| 49 | FE ECOLIFE SRL              |     |     |     | II  |    |     |
| 50 | FE SUNNY TRAVEL SRL         | II  |     |     |     |    | I   |
| 51 | FE Dream World SRL          |     | III |     |     |    | III |
| 52 | FE Best Book SRL            | M   |     |     |     |    |     |
| 53 | FE MADNESS TOUR SRL         |     | III | II  | M   |    | III |
| 54 | FE GRAND CLASS SRL          | II  |     |     |     | I  |     |
| 55 | FE PHOENIX SRL              | III |     | M   |     |    |     |
| 56 | FE VIN LA TINE SRL          |     | II  | I   |     | I  | I   |
| 57 | FE PARTY PEOPLE SRL         |     | II  |     |     | II |     |
| 58 | FE AUTOSTAR SRL             |     |     | M   |     |    |     |
| 59 | FE Eco Thinking SRL         | M   |     |     |     |    |     |

## CONCURS VIRTUAL BUSINESS CHALLENGE, 12 APRILIE 2019

Managerii firmele de exercițiu au participat în cadrul Târgului Național al Firmnelor de exercițiu din aprilie 2019 și la Competiția Virtual Business Challenge, care are ca obiectiv principal creșterea preocupării acestora pentru gestionarea corectă a afacerii.

La concurs au participat 8 echipe cu următoarea componență:

### ECHIPA 1

| Nr. crt | Nume/Prenume elev   | Denumire Firmă de Exercițiu | Prof coordonator                             | Liceul                                            |
|---------|---------------------|-----------------------------|----------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| 1       | PORUMBOIU DENISA    | FE DECO-ART SRL             | DĂRMĂNESCU SONICA                            | COLEGIUL ECONOMIC „M. KOGĂLNICEANU FOCȘANI        |
| 2       | LUPU VLAD ALEXANDRA | FE MINCU TRAVEL SRL         | PETREA MANUELA, DINIȚĂ IULIAN, APOSTU RODICA | COLEGIUL TEHNIC „I. MINCU" FOCȘANI                |
| 3       | ANGHELACHE CORNELIA | FE GREEN NATURE SRL         | NICULIȚOV GINA HUȘTIU MARIA                  | COLEGIUL ECONOMIC „M. KOGĂLNICEANU FOCȘANI        |
| 4       | MACIORNEA DANIEL    | FE BIJUART SA               | BRÎNZĂ GEANINA, CÂRSTEA LAURA MARIA          | LICEUL TEHNOLOGIC ECONOMIC „VIRGIL MADGEARU" IAȘI |
| 5       | CHIRU ADRIAN        | FE AFRODITA COSMETICS SRL   | COLAN GEANINA                                | COLEGIUL ECONOMIC „V. MADGEARU" GALATI            |
| 6       | ANDREI ȘTEFAN       | FE S-WINGS SRL              | PETRE-BOCEANU ANA-MARIA                      | COLEGIUL ECONOMIC „COSTIN KIRIȚESCU" BUCUREȘTI    |

### ECHIPA 2

| Nr. crt. | Nume/Prenume elev  | Denumire Firmă de Exercițiu | Prof coordonator                  | Liceul                                        |
|----------|--------------------|-----------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------------------|
| 1        | STRECHE NICOLETA   | FE ECOJOBS SRL              | TOBAN STELICĂ                     | LICEUL TEHNOLOGIC „ION BARBU" GIURGIU         |
| 2        | TAIFAS GEORGE      | FE COLOUR DESIGN 2307 SRL   | BUCUR VIORICA                     | LICEUL TEHNOLOGIC „VIRGIL MADGEARU" CONSTANȚA |
| 3        | CIUBOTARU CĂTĂLINA | FE IZVORUL MUNTELUI SRL     | SAVIN GABRIELA BOCSOK GABRIELA    | COLEGIUL ECONOMIC „M. KOGĂLNICEANU FOCȘANI    |
| 4        | MOCANU GEORGIANA   | FE FE M.K. TECH SRL         | BOTEZATU MĂRIOARA BADEAON MARIANA | COLEGIUL ECONOMIC „M. KOGĂLNICEANU FOCȘANI    |
| 5        | STANCIU            | FE RAIUL DULCE              | HĂNȚULIE                          | ȘCOALA SUPERIOARĂ                             |

|    |                |                |                         |                                                |
|----|----------------|----------------|-------------------------|------------------------------------------------|
|    | SIMONA ANDREEA | SRL            | CĂTĂLIN                 | COMERCIALĂ „NICOLAE KRETZULESCU” BUCUREȘTI     |
| 6. | ONCIOIU IULIAN | FE S-WINGS SRL | PETRE-BOCEANU ANA-MARIA | COLEGIUL ECONOMIC „COSTIN KIRIȚESCU” BUCUREȘTI |

### ECHIPA 3

| Nr. crt. | Nume/Prenume elev    | Denumire Firmă de Exercițiu | Prof coordonator                | Liceul                                         |
|----------|----------------------|-----------------------------|---------------------------------|------------------------------------------------|
| 1        | CHINA IRINA          | FE MAXMANAGER SA GIURGIU    | TOBAN STELICĂ                   | LICEUL TEHNOLOGIC „ION BARBU” GIURGIU          |
| 2        | CÎRCIU ANCA GABRIELA | CRAZY PARTY 1003 S.R.L      | BUCUR VIORICA                   | LICEUL TEHNOLOGIC „VIRGIL MADGEARU” CONSTANȚA  |
| 3        | PEPENE VICTOR        | FE HAPPY EVENTS M.K. SA     | GIURGEA DANIELA BADEAON MARIANA | COLEGIUL ECONOMIC „M. KOGĂLNICEANU FOCȘANI     |
| 4        | GĂMAN IONUȚ          | FE GREEN NATURE SRL         | NICULIȚOV GINA HUȘTIU MARIA     | COLEGIUL ECONOMIC „M. KOGĂLNICEANU FOCȘANI     |
| 5        | DUDA ANDREEA         | FE FANTASY DESIGN SRL       | COLAN GEANINA                   | COLEGIUL ECONOMIC „V. MADGEARU” GALATI         |
| 6        | NISTOR CEZAR         | FE S-WINGS SRL              | PETRE-BOCEANU ANA-MARIA         | COLEGIUL ECONOMIC „COSTIN KIRIȚESCU” BUCUREȘTI |

### ECHIPA 4

| Nr.crt. | Nume/Prenume elev        | Denumire Firmă de Exercițiu  | Prof coordonator                            | Liceul                                                       |
|---------|--------------------------|------------------------------|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| 1       | RUSEN COSMIN             | FE MAIN EVEN CELEBRATION SRL | HRITCU CLAUDIA GABRIELALUNGU ROXANA CLAUDIA | LICEUL TEHNIC BUZĂU                                          |
| 2       | CÎRMACIU CRISTIANA       | FE ARENA SPORTURILOR SRL     | COROAMĂ ALINA                               | COLEGIUL TEHNIC „I. MINCU” FOCȘANI                           |
| 3       | PANȚURU LOREDANA MIHAELA | FE GREENCERT SRL             | BARBU OCTAVIA, CODREANU DANIELA             | LICEUL AGRICOL „DR. CONSTANTIN ANGELESCU” BUZĂU              |
| 4       | TOMA ANDRA COSMINA       | FE IZVORUL MUNTELUI SRL      | SAVIN GABRIELA BOCSOK GABRIELA              | COLEGIUL ECONOMIC „M. KOGĂLNICEANU FOCȘANI                   |
| 5       | PANCIU FABIAN            | COSMO WAYS JUNIOR SRL        | HĂNȚULIE CĂTĂLIN                            | ȘCOALA SUPERIOARĂ COMERCIALĂ „NICOLAE KRETZULESCU” BUCUREȘTI |
| 6       | ALEXANDRU MARINA         | FE Akadia SRL                | POȘTOVEI CĂTĂLINA                           | COLEGIUL ECONOMIC BUZĂU                                      |

**ECHIPA 5**

| Nr. crt. | Nume/Prenume elev | Denumire Firmă de Exercițiu   | Prof coordonator                   | Liceul                                            |
|----------|-------------------|-------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------------------|
| 1        | SAREALBA MARINELA | FE STAMPSTYLE SRL             | OPREA AURORA                       | LICEUL TEHNIC BUZĂU                               |
| 2        | RĂDUȚĂ GIULIANA   | FE CTIM SMART GIFTS SRL       | COROAMĂ ALINA, GRECU ELENA         | COLEGIUL TEHNIC „I. MINCU” FOCȘANI                |
| 3        | NEJLOVEANU GABI   | FE ECOJOBS SRL                | TOBAN STELICĂ                      | LICEUL TEHNOLOGIC „ION BARBU” GIURGIU             |
| 4        | ARBORE MARINA     | F.E .TOP HOLIDAYS TRAVEL S.A. | PINTRIJĂL MARIANA, INCULEȚ CARMEN  | LICEUL TEHNOLOGIC ECONOMIC „VIRGIL MADGEARU” IAȘI |
| 5        | AMARIEI VALENTIN  | FE HAPPY EVENTS M.K. SA       | GIURGEA DANIELA<br>BADEAON MARIANA | COLEGIUL ECONOMIC „M. KOGĂLNICEANU FOCȘANI        |
| 6        | MOLNAR RENATA     | FE Dexter Puff SRL            | POȘTOVEI CĂTĂLINA                  | COLEGIUL ECONOMIC BUZĂU                           |

**ECHIPA 6**

| Nr. crt. | Nume/Prenume elev   | Denumire Firmă de Exercițiu | Prof coordonator                             | Liceul                                                       |
|----------|---------------------|-----------------------------|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| 1        | MOLDOVEANU NICOLAE  | FE AGROFRUCT SA             | ȘTEFĂNESCU ALINA, STROIE FILOFTEIA           | LICEUL AGRICOL „DR. CONSTANTIN ANGELESCU” BUZĂU              |
| 2        | ȘTEFĂNICĂ ANDREEA   | FE ROYAL ART SRL            | CĂRBUNARU ALINA                              | COLEGIUL TEHNIC „I. MINCU” FOCȘANI                           |
| 3        | SANDU FLORENTINA    | FE MAXMANAGER SA GIURGIU    | TOBAN STELICĂ                                | LICEUL TEHNOLOGIC „ION BARBU” GIURGIU                        |
| 4        | TUTU ADRIAN         | FE B TRAVEL SRL             | PETREA MANUELA, APOSTU RODICA, DINIȚĂ IULIAN | COLEGIUL TEHNIC „I. MINCU” FOCȘANI                           |
| 5        | TUDOSANU BOGDAN     | FE CHIQUE LOUNGE SRL        | HĂNȚULIE CĂTĂLIN                             | ȘCOALA SUPERIOARĂ COMERCIALĂ „NICOLAE KRETZULESCU” BUCUREȘTI |
| 6        | PREDA SILVIU ANDREI | FE AROMA MK                 | VIȘAN CORINA                                 | COLEGIUL ECONOMIC „M. KOGĂLNICEANU FOCȘANI                   |

**ECHIPA 7**

| Nr. crt. | Nume/Prenume elev | Denumire Firmă de Exercițiu | Prof coordonator | Liceul |
|----------|-------------------|-----------------------------|------------------|--------|
|----------|-------------------|-----------------------------|------------------|--------|

|   |                        |                               |                                                 |                                                   |
|---|------------------------|-------------------------------|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| 1 | VORNICU DANIELA DENISA | F.E .TOP HOLIDAYS TRAVEL S.A. | PINTRIȚĂL MARIANA, INCULEȚ CARMEN               | LICEUL TEHNOLOGIC ECONOMIC „VIRGIL MADGEARU” IAȘI |
| 2 | MUȘTIUC DENISSE        | FE BIJUART SA                 | BRÎNZĂ GEANINA, CÂRSTEA LAURA MARIA             | LICEUL TEHNOLOGIC ECONOMIC „VIRGIL MADGEARU” IAȘI |
| 3 | GHIȚĂ ANDREEA          | FE MAIN EVEN CELEBRATION SRL  | HRITCU CLAUDIA GABRIELA<br>LUNGU ROXANA CLAUDIA | LICEUL TEHNIC BUZĂU                               |
| 4 | TOIU ANDREEA           | FE MINCU TRAVEL SRL           | PETREA MANUELA, DINIȚĂ IULIAN, APOSTU RODICA    | COLEGIUL TEHNIC „I. MINCU” FOCȘANI                |
| 5 | MUNTEANU DELIA         | FE Čokoláda M.K. SRL          | FIȘTOC MIHAELA, DĂRMĂNESCU SONICA               | COLEGIUL ECONOMIC „M. KOGĂLNICEANU FOCȘANI        |
| 6 | RUSEN MIRCEA           | FE Dexter Puff SRL            | POȘTOVEI CĂTĂLINA                               | COLEGIUL ECONOMIC BUZĂU                           |

## ECHIPA 8

| Nr. crt. | Nume/Prenume elev  | Denumire Firmă de Exercițiu | Prof coordonator                             | Liceul                                          |
|----------|--------------------|-----------------------------|----------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| 1        | BUHAN ANDREEA      | FE B TRAVEL SRL             | PETREA MANUELA, APOSTU RODICA, DINIȚĂ IULIAN | COLEGIUL TEHNIC „I. MINCU” FOCȘANI              |
| 2        | CIUBOTARU MIHAI    | FE FE M.K. TECH SRL         | BOTEZATU MĂRIOARA BADEAON MARIANA            | COLEGIUL ECONOMIC „M. KOGĂLNICEANU FOCȘANI      |
| 3        | CONSTANTIN CLAUDIU | FE AGROFRUCT SA             | ȘTEFĂNESCU ALINA, STROIE FILOFTEIA           | LICEUL AGRICOL „DR. CONSTANTIN ANGELESCU” BUZĂU |
| 4        | IOAN IULIA         | FE ROYAL ART SRL            | CĂRBUNARU ALINA                              | COLEGIUL TEHNIC „I. MINCU” FOCȘANI              |
| 5        | LUCACI MARIA       | FE SEVEN SRL                | PETRE-BOCEANU ANA-MARIA                      | COLEGIUL ECONOMIC „COSTIN KIRIȚESCU” BUCUREȘTI  |
| 6        | CURALA GABRIEL     | FE AROMA MK                 | VIȘAN CORINA                                 | COLEGIUL ECONOMIC „M. KOGĂLNICEANU FOCȘANI      |
| 7        | NAN ALBERTINA      | FE Akadia SRL               | POȘTOVEI CĂTĂLINA                            | COLEGIUL ECONOMIC BUZĂU                         |

Fiecare echipă va primi o fișă de documentare. Echipa va trebui să creeze ideea de afacere pornind de la obiectul de afacere al firmei indicate, să argumenteze viabilitatea ideii de afacere, să precizeze perspective de dezvoltare ale ideii de afacere pe piață, să determine nevoile clienților și să adapteze oferta la cererea de piață .

Prof. Badeaon Mariana

## Târgul Firmelor de Exercițiu- F.E. MKTech S.R.L



În anul 2019, luna aprilie, a fost organizată a X-a ediție a Târgului Național al Firmelor de Exercițiu, activitate ce face parte din cadrul proiectului educativ "Elevul de azi, antreprenorul de mâine!".

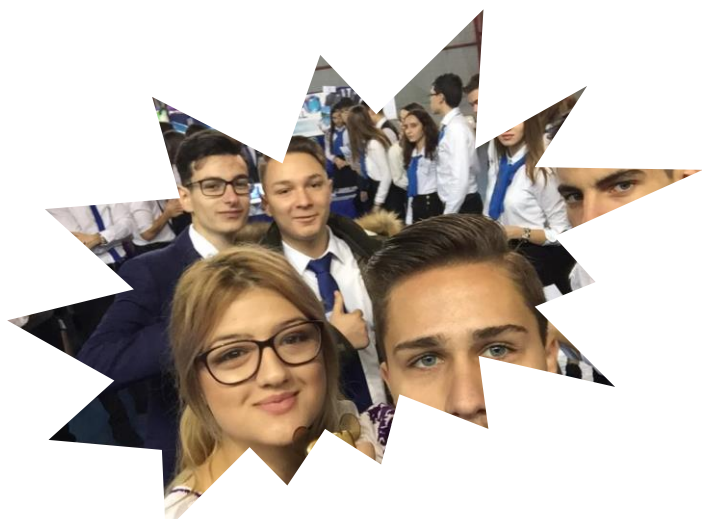
La competițiile organizate în cadrul Târgului s-au înscris 51 de firme de exercițiu cu participare directă și 60 de firme de exercițiu cu participare indirectă din următoarele județe: Giurgiu, Constanța, Ilfov, Buzău, Brăila, Galați, Vrancea, Iași,

Suceava, Bistrița, Maramureș, Satu-Mare, Cluj, Mehedinți, Vâlcea, Argeș, Prahova și din Republica Moldova.

Printre aceste nenumărate firme de exercițiu, a fost prezentă și firma de exercițiu a elevilor din clasa a XI-a A, F.E. MKTech S.R.L., coordonați de doamnele profesor Botezatu Mioara și Badeaon Mariana. Această firmă de exercițiu a fost printre primele pe podium, obținând 4 premii de locul II – "Cel mai bun stand", "Cel mai bun spot publicitar", "Cel mai bun vânzător" și "Site profesionist" – dar și 2 premii de mențiune – "Personal de stand profesionist" și "Cea mai bună prezentare PPT" – având un total de 6 premii din 11 posibile.

Elevii au fost foarte încântați de acest târg, unii dintre ei deschizându-și "apetitul" pentru o carieră în domeniul antreprenoriatului.

În concluzie prin simularea firmelor, un tânăr se poate dezvolta în diverse domenii în care n-ar fi crezut niciodată că se poate descurca. Consider că această firmă de exercițiu este foarte folositoare nu numai pentru cei interesați mai departe de acest domeniu, ci pentru toți cei care vor să-și obțină cu succes jobul dorit.



Elev Nișcoveanu Iulian, clasa a XI-a A



## FE „IZVORUL MUNTELLUI” SRL

Mă numesc Mocanu Daniel-Claudiu, sunt un elev participant ca receptioner la Târgul firmelor de exercițiu din cadrul activităților desfășurate de Liceul Economic ‘‘Mihail Kogalniceanu’’ Focșani.



La acest târg participă direct 51 de firme de exercițiu și indirect 60 de firme de exercițiu din țară și din Republica Moldova. Târgul este organizat pe mai multe secțiuni: stand profesional, prezentare, catalog, spot, materiale promoționale, negociere în limba engleză, site.

La târg, elevii angajați în firma de exercițiu au derulat tranzacții virtuale. După

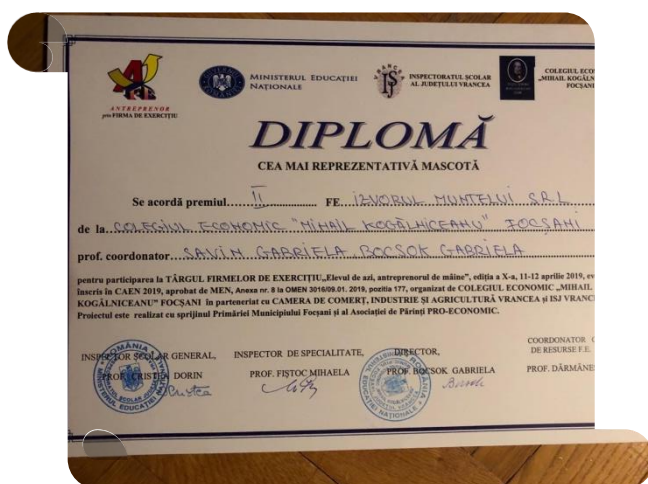
opinia mea acest târg a avut în vedere dezvoltarea inițiativei și a spiritului antreprenorial în rândul tinerilor, efectele de lungă durată fiind responsabilizarea și evoluția lor ca agenți economici de succes, pe o piață economică în continuă schimbare.

Firma în care am lucrat se numește ‘‘Izvorul Muntelui’’, cu obiect de activitate destinații turistice prin intermediul pensiunilor în unele țări din Europa. Prin participarea la târg, elevii își pun în valoare competențele antreprenoriale în condiții de competiție, pregătindu-se intens pentru o mai bună integrare și dezvoltare pe piața muncii. Prin derularea activităților se va crea un climat de înțelegere, toleranță, comunicare, colaborare angajații din firma de exercițiu având posibilitatea de a participa mai eficient în contextele sociale și de a respecta valoarea tuturor indivizilor.



Rezultatele au fost satisfacatoare deoarece am luat premiul al 2-lea la mascote, premiul al 3-lea la negocierea în limba engleză și premii de participare în celelalte categorii din domeniul economic. Atmosfera a fost într-o ambianță deosebită prin aducerea liceenilor la un punct culminant din vârful ansamblului de activități creative și folositoare chiar în viața de zi cu zi.

Astfel se obține o experiență deosebită în formarea unei baze umane necesare pentru înțelegerea și utilizarea documentelor, metodelor specifice tranzacțiilor, parteneriatelor din cadrul unei afaceri legale.



A fost o experiență de neuitat prin îmbogățirea culturii noastre generale cu informații ce ne vor face să fim hotărâți prin luarea deciziilor ajungând să devenim ce ne dorim în viața noastră. Sperăm ca tradiția acestui minunat târg va fi urmată și de altele în anii ce urmează din generațiile viitoare.

Elev : Mocanu Claudiu Daniel, clasa a XI-a F

## F.E Happy Events MK SA

FE Happy Events M.K.S.A. a fost înființată în anul școlar 2014 - 2015, iar din toamna anului 2018 până în prezent a fost preluată și îmbunătățită, firma noastră desfășurându-și activitatea ca un adevărat agent economic, având ca principal scop satisfacerea clienților cu servicii de calitate în domeniul organizării de evenimente și prețuri avantajoase.

Ne-am înființat ca fiind un colectiv unit cu idei, principii, aspirații și dorința la ”mai mult”.



Firma de exercițiu ne-a unit ca și colectiv, toți urmărind același scop, cel de a fi cei mai buni. Această muncă, ne-a făcut pe fiecare dintre noi să fim mai responsabili, să facem lucru în echipă și să ne bucurăm împreună de reușite sau eșecuri.

În urma muncii noastre, am avut un succes veritabil, de unde și rezultatele premiilor:

- Premiul 1 ne-a fost acordat “Pentru cel mai perfecționist stand”
- Premiul al 2-lea pentru “Cele mai bune materiale promoționale”
- Premiul al 3-lea pentru “Cea mai bună pagină web”

F.E. HAPPY EVENTS MK. S.A. a fost oportunitatea în care fiecare ne-am dezvoltat în plan profesional și unde am învățat să ne facem o idee despre ce înseamnă să conduci o firmă în adevăratul sens. Fiecare și-a găsit locul în această firmă și am încercat ca fiecare dintre noi să dăm tot ceea ce e mai bun, pentru ca la terminarea acestui exercițiu să fim mândrii de noi.

Împreună cu profesorii coordonatori Giurgea Daniela și Badeaon Mariana ne vom aduce aminte cu drag de acest moment special, unde am reușit împreună să construim -HAPPY EVENTS- cu un desăvârșit succes!

FIRMA VISURILOR TALE!



FE HAPPY EVENTS M.K.S.A.  
PicMix

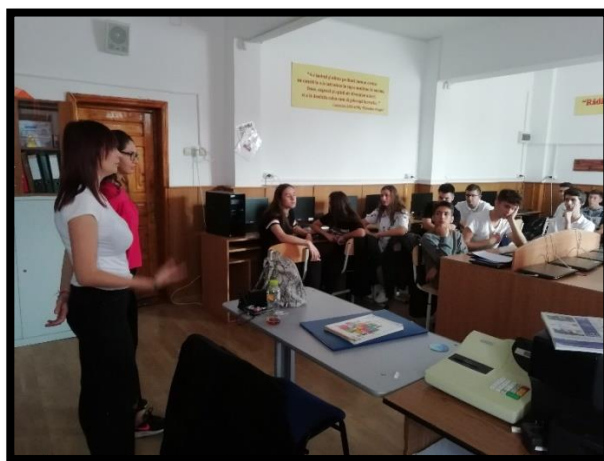
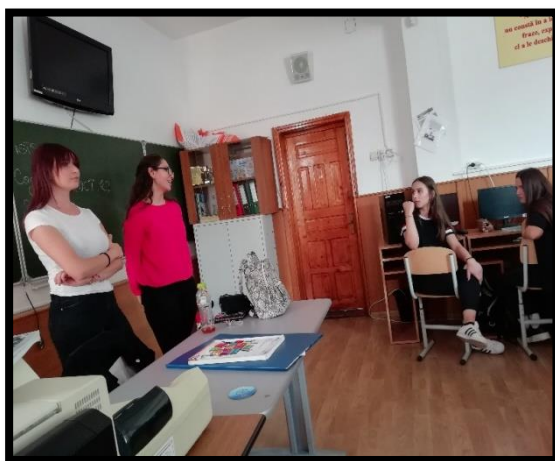
Elev: Pavel Maria, clasa a XI-a H

## Experiența mea la firma de exercițiu

Aș putea să vă descriu în acest articol ce este firma de exercițiu, cum o înființăm și alte detalii tehnice pe care sigur le cunoașteți. Nu o să fac acest lucru.

O să încep prin a vă spune că sunt studentă în anul II la Psihologie, Sibiu. Din primul an de facultate m-am înscris în Asociația Studenților în Psihologie. Lucrez la departamentul Resurse Umane în această asociație. Mă descurc bine, chiar foarte bine dacă e să –i ascultăm pe ceilalți. Ce nu știu ei este că doi ani am activat și am condus Departamentul de Resurse Umane din cadrul F.E. Magic Paper S.R.L. Am început în clasa a XI-a , unii speriați, alții nepăsători dar conștienți că trebuie să muncim pentru ca să meargă firma. Coordonator a fost prof. Vlaicu Oana. Bineînțeles că ne –a terorizat la început. Până la primul târg. După aceea am învățat cum merg lucrurile și făceam totul singuri. În cadrul departamentului meu am învățat atât de multe lucruri , de la întocmirea C.V. , scrisorii de intenție, recomandare profesională până la gestionarea conflictelor între angajați, motivarea angajaților, recompensarea lor direct sau indirect. Toate aceste lucruri le folosesc zi de zi în Asociație. De aceea am reușit să urc ierarhic în cadrul Asociației, pentru că am venit cu un bagaj în spate , bagaj numit Experiența la F.E. Magic Paper S.R.L. Vreau să mulțumesc din suflet tuturor profesorilor care se ocupă de firmele de exercițiu pentru că , deși noi nu am fost elevii implicați de la început, am terminat liceul cu un nivel de cunoștințe practice ridicat , aceste cunoștințe le-am aplicat cu succes mai departe.

Tina Popescu și colega de la Contabilitate, prezentând elevilor de la a XI-a C 2019, experiența noastră cu firma de exercițiu:



Student : Tina Popescu



## Imagini ale firmelor de exercițiu participante la Târgul Național Focșani

### ➤ FE AGROFRUCT SA

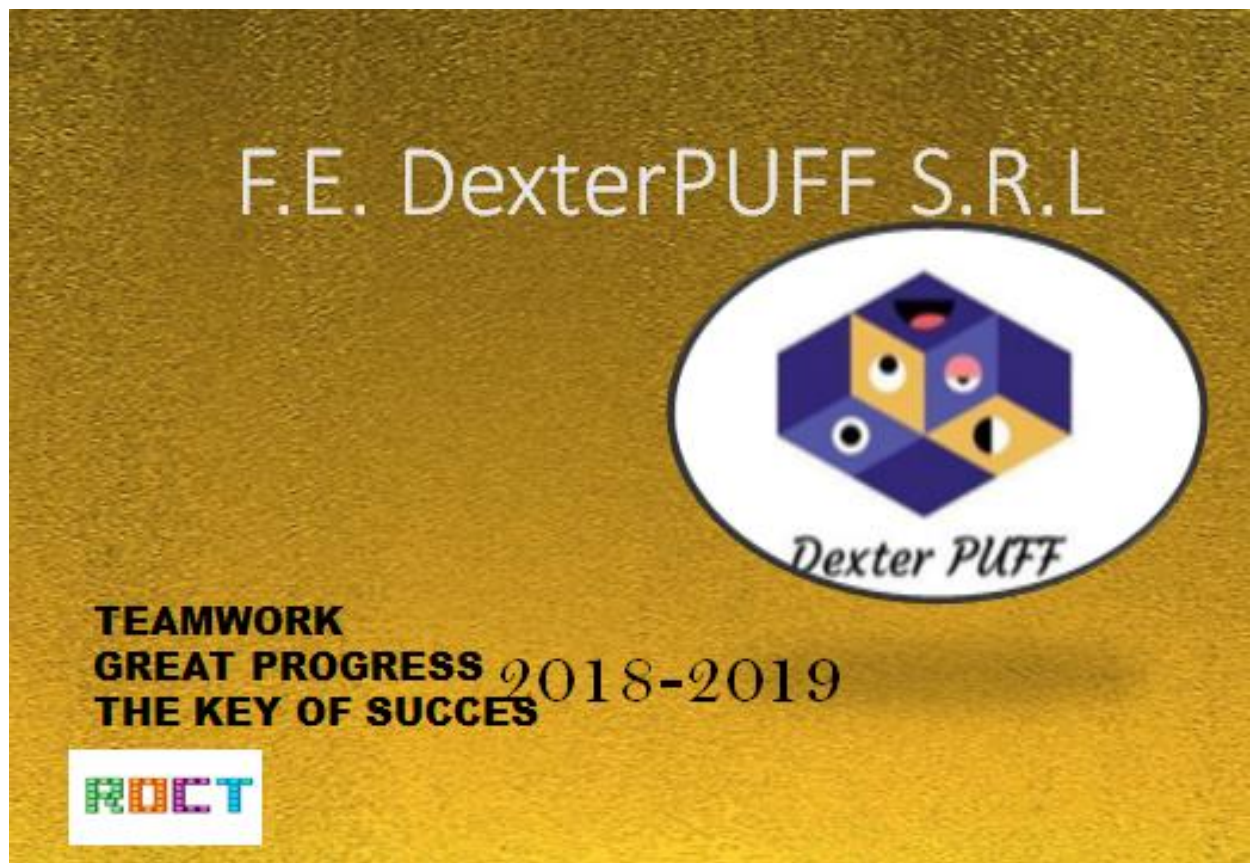


## Sucuri și deserturi din fructe și legume















Profesor coordonator:  
Pricop Oana-Mirela

Liceul Teoretic "Ion Neculce" Târgu Frumos

# F.E. ARTMAKERS S.R.L.

Reprezentant:  
Roșca Cosmin-Constantin

## OFERTA DE PAȘTE



25 lei/buc  
D22



12 lei/buc  
D19



12 lei/buc  
D20



12 lei/buc  
D21





F.E. Terra Tour S.R.L.  
Str. Strungarilor nr.31, Galați  
Telefon: 0236446248  
E-mail: [terratour20182920@gmail.com](mailto:terratour20182920@gmail.com)  
Fax: 0236410503






**F.E. TerraTour**

**La TerraTour vacanța ta prinde contur!**

## Oferte turistice interne

- Sejur la Sinaia de 8 Martie Hotel Caraiman 3\* - 650 lei/pers



- Sejur in Mamaia Hotel Venus -1120 lei/pers



- PASTE ORIZONT COZIA-CALIMANESTI 3\* -150 lei/noapte



- VACANTA DE VARA – SIBIU -BEST WESTERN SILVA HOTEL\*\*\* -1200 lei/pers



## Flyere












**F.E. Fantasy Design S.R.L.**  
**Mobila noastră umple casa voastră!**

**FANTASY  
DESIGN**



Colégiul Economic „Virgil Madgearu”  
Galați 800642, Strada Strungarilor, nr.31  
Telefon: 0236446248

**MOCT**

## Activitatea principala

Activitatea principală a firmei F.E. Fantasy Design S.R.L. este comerțul cu produse de mobilier.













➤ F.E. DOLCE VINO S.A.





**F.E. IDEAL S.A.**

**Noile tendințe în designul interior  
Amenajări restaurante**



Cod: 009    tarif: 180 lei/mp



Cod: 010    tarif: 180 lei/mp

**Calitate, Rafinament**



**Ofertă specială,  
valabilă în perioada 20.05-10.06.2019**



Cod: 008    tarif: 165 lei/mp



Cod: 002    tarif: 175 lei/mp

**Calitate, Rafinament**



## PLAN DE AFACERI COMPETIȚIA BUSINESS PLAN

Firma de exercițiu  
F.E. Restaurant *GRĂDINA BUNICII SRL*

Realizat de către elevii clasei a XI-a C  
Coordonator, prof. Cristina Andrei

### Preparate bio-tradiționale

Cocoș la ceaun



Sarmale în foi



### Preparate bio-tradiționale

Pârjoale  
moldovenenești



Răcituri de pasăre



## Competențe antreprenoriale prin firma de exercitiu

Prof. Anca M.Munteanu  
Liceul Tehnologic Hîrlău

Calitatea educației este privită din perspectiva caracteristicilor unui furnizor și ale programului acestuia prin care sunt îndeplinite așteptările beneficiarilor.

Creșterea economică și crearea de locuri de muncă depind de capacitatea de a sprijini inițierea, dezvoltarea întreprinderilor. Antreprenoriul creează noi întreprinderi, deschide noi piețe și aduce noi competențe.

Tinerii cu educație antreprenorială au mai multe șanse de a-și înființa propriile companii. Până la 20% din elevii care participă la un program antreprenorial în liceu își vor înființa mai târziu propria companie. Procentul acesta este de până la cinci ori mai mare decât cel al populației generale. Afacerile începute de acești elevi sunt, de asemenea, mult mai ambițioase.

Studiul antreprenoriului se justifică prin următoarele dimensiuni:

- dimensiunea descriptiv-informativă, vizând însușirea cunoștințelor despre inițierea, derularea și reușita unei afaceri;
- dimensiunea normativă, referitoare la însușirea unor cunoștințe privind normele juridice care reglementează inițierea unei afaceri;
- dimensiunea interogativ-reflexivă și valorizatoare, care are în vedere dezvoltarea capacității de reflecție critică asupra principiilor etice necesare în relațiile caracteristice unui mediu de afaceri;
- dimensiunea practică, urmărind formarea de atitudini și exersarea de comportamente democratice și antreprenoriale.

În învățământul preuniversitar cu profil economic cel mai des utilizată este metoda firmelor de exercițiu, prin intermediul căreia elevii au posibilitatea de a-și exersa competențele antreprenoriale și de a și le dezvolta, acest lucru facilitând tranziția de la școală la locul de muncă.

Firma de exercitiu este un demers bazat pe îmbinarea mai multor concepte educaționale: multiculturalitate, modernitate și business. Dimensiunea culturală implică înțelegerea valorilor culturale românești în contextul culturii economice universale, modernitatea viziunii economice promovate, iar cel dedicat specialităților economice dovedește competențele elevilor în domeniile marketing, negocierea afacerilor, comerț, finanțe sau contabilitate.

În cadrul acestui proiect participanții își iau în serios rolul de virtuali antreprenori - prin ideile frumoase și ingenioase care anunță, fără echivoc, un viitor de succes pentru afacerile pentru care au optat. Deși în firmele virtuale nu există bani, nu se produc bunuri și nu se asumă riscuri, tinerii învață multe despre funcționarea unei firme reale: contractare, negociere, livrare, întocmire de documente (facturi, avize de livrare, chitanțe, ordine de plată), decontare, relația cu banca, comunicare cu clienții,



plăți, încasări, prezentarea firmei la evenimentele expoziționale. Astfel se deprind comportamente profesionale fără asumarea riscului antreprenorial, dar pot fi inițiate chiar și simulări ale unor situații de insucces (restructurarea activității, incapacitate de plată, faliment).

Orientarea profesională spre anumite direcții de dezvoltare viitoare a carierei este stimulată de faptul că elevii își descoperă din mers preferințele, abilitățile și interesele pentru anumite domenii de activitate și pentru anumite funcții din cadrul firmei. Imaginația și implicarea elevilor în cadrul activității firmei de exercițiu se dovedesc a fi excepționale, așa cum reiese din analiza rezultatelor obținute la diferite competiții desfășurate pe această temă.

Prin firmele de exercițiu elevii găsesc resurse interioare să-și stăpânească emoțiile, să-și prezinte convingător afacerea și șansele de reușită în care cred cu tărie.

Prin participarea la diferite Târguri ale firmelor de exercițiu elevii sunt încurajați să persevereze și să-și dezvolte afacerea; afacere ce va putea fi transformată dintr-una virtuală într-una reală, continuându-și drumul frumos pe care au pășit cu atâta entuziasm și implicare.

Așadar, în contextul dezvoltării unei societăți românești competitive, bazate pe cunoaștere și dezvoltare a capitalului uman, sunt asigurate bazele întăririi capacității viitorilor antreprenori de a răspunde cu promptitudine schimbărilor rapide din societate și de pe piața muncii.

#### **BIBLIOGRAFIE:**

*Drucker P., Inovația și sistemul antreprenorial, Editura Enciclopedică, București, 1993*

*Nastase Carmen (coord) – Ghid de formare antreprenorială, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2006*

*Văduva S., Antreprenoriatul, Editura Economică, 2004*

*Porter M.E., Avantajul concurențial, Ed. Teora, București, 2000*

# E-COMMERCE FORMA ECONOMIEI DIGITALE

Prof. RADU CAMELIA- Liceul Tehnologic „Traian Vuia” Galați

Influența formidabilă a tehnologiilor informaționale și tot ceea ce înseamnă sau devine „e”, își pune, din ce în ce mai mult amprenta asupra întregii vieți economice, sociale, culturale, a omenirii și guvernează practic toată lumea modernă. Într-o lume dominată de micul „e”, într-o lume care nu conține a vorbi despre e-business (afaceri electronice), e-commerce (comerț electronic) este un concept care pune în evidență una dintre cele mai importante facilități oferite de rețeaua de Internet: capacitatea de tranzacționare dincolo de granițe, de timp și spațiu.

Apărut prin anii 60 Schimbul Electronic de Date (EDI - Electronic Data Interchange) poate fi considerat strămoșul Comerțului Electronic (EC - Electronic Commerce). Odată cu creșterea accesibilității la Internet, EC a captat interesul consumatorilor individuali și al societăților comerciale de orice mărime și preocupări. Internetul devenind un canal de comerț cu o putere incontestabilă în a facilita și crește vânzările unei game din ce în ce mai largi de produse și servicii. Din componenta de comerț online, platformele facilitează întâlnirea cererii cu oferta.

E-Commerce-ul înseamnă să economisești timp, să ai posibilitatea de a identifica cât mai multe produse sau servicii și să compari ofertele într-un mod facil și rapid. Lumea digitală este un loc interesant și dinamic pentru a deschide sau extinde o afacere.

O afacere online este precum procesul de construire a unei case. Trebuie acordată atenție temeliei (pașii enumerați mai sus), iar apoi se vor ridica pereții compuși din originalitatea brandului, noutăți, inspirație, grija la detalii, pentru ca la final să se construiască un acoperiș creat din adaptarea permanentă a ofertei și implicare față de clienți (customer care). Acestea sunt principalele etape în dezvoltarea afacerii online.

Cunoscută și utilizată este eBay o companie americană de comerț și shopping online ce are propriul serviciu de plată PayPal, unul din cele mai bune servicii de acest gen din lume. PayPal este un cont virtual unde se pot transfera bani (de la unitățile autorizate - bănci, Western Union, card, etc) și din care să transferi bani.

În țara noastră preocuparea pentru acest domeniu a devenit din ce în ce mai mare, intrarea hipermarket-urilor în zona de livrări online și diversificarea gamelor de produse ale unor jucători mari precum eMag.ro, Elefant.ro sau evoMAG.ro.

OKazii.ro un site de licitații online oarecum similar cu celebrul eBay indica creșterea concurenței deasemeni site-urile de anunțuri mercador.ro prezent des în viețile noastre, fie prin foarte multe reclame de la TV, fie prin faptul că noi sau prietenii noștri au obiecte de vânzare acolo și

tocmai.ro au devenit OLX.ro (Numele de OLX, este o prescurtare a expresiei "online exchange" și este folosit pentru mai multe site-uri din toată lumea deținute de grupul sud-african Naspers).

În ceea ce privește impactul asupra dezvoltării economico- sociale a societății comerțul electronic sporește interactivitatea economică, firmele, inclusiv cele mai puțin puternice pot să-și diversifice sursele de aprovizionare și/sau piețele de desfacere, pot să atenueze o parte din riscurile asumate; comunicarea electronică asigură diminuarea timpului necesar proiectării produselor, desfacerii acestora etc., scurtând astfel durata ciclurilor de producție iar Firmele au astfel posibilitatea să opereze în condiții de eficiență, iar consumatorii pot să achiziționeze în orice moment mărfurile care să le satisfacă într-o măsură cât mai mare necesitățile.

Din perspectiva beneficiilor asupra societății românești, e- commerce facilitează accesul firmelor românești, inclusiv a celor cu potențial redus, la piețele internaționale, în condițiile în care costurile implicate de acest proces sunt foarte mici; consumatorii au posibilitatea să achiziționeze un număr lărgit de produse și servicii; îmbunătățește imaginea țării noastre în lume prin identificarea acestora cu tehnologia modernă. Comerțul electronic reprezentând pentru România un domeniu de viitor ce trebuie luat în considerare în procesul de dezvoltare și creștere economică.

Din 2017 platformele sociale au încetat să aibă doar rol de comunicare și au descoperit potențialul pieței de e-commerce, oferindu-le utilizatorilor posibilitatea de a cumpăra de pe platformele lor.

Drumul consumatorilor de la verificarea ofertei și până la achiziție ar trebui să fie cât mai scurt posibil, iar canalele de social media precum Instagram sau Facebook sunt instrumente ideale pentru acest scop.

Din luna noiembrie a anului trecut, Facebook a lansat propria platforma de cumpărare care permite utilizatorilor să își vândă aici direct produsele. Este posibil ca în 2018 marketplace-ul Facebook să se consolideze pe piață, atrăgând noi vânzători din actualele marketplace-uri.

O problemă majoră a piețelor virtuale este posibilitatea mai mare decât în cazul piețelor tradiționale de manifestare a unor comportamente frauduloase sau înșelătoare, dat fiind caracterul relativ anonim al participanților. Această problemă se poate rezolva prin înscrierea cardului în 3D Secure. 3D Secure este un standard dezvoltat de Visa și MasterCard care sporește securitatea tranzacțiilor online. Concret, înscrierea cardului se realizează de către banca emitentă și constă în stabilirea unui mesaj de întâmpinare și a unui cod care trebuie introdus la plata online. Fără acest cod, cardul nu poate fi folosit pentru plăți online. Este un sistem de securitate foarte eficient, deoarece pagina pe care trebuie introdus codul nu este găzduită nici de comerciant nici de procesator, ci de banca emitentă a cardului. Nu trebuie spus nimănui datele de card, parola de 3D Secure sau PIN-ul cardului. Nici o companie nu solicită pe mail sau la telefon astfel de date, prin urmare orice solicitare de acest fel, indiferent de motivul invocat, este cu siguranță o tentativă de phishing ("furt de identitate").

De aceea dezvoltarea comerțului electronic depinde și de soluționarea problemei mecanismelor de preț sigure, care să asigure protejarea datelor personale, siguranța efectuării transferurilor de bani,

costul în raport cu ușurința efectuării operațiunilor etc. Înșelăciunea pe Internet este una din cauzele care pot împiedica comerțul electronic să-și atingă potențialul deplin.

Comerțul electronic are o formă ascendentă, cu impact asupra societății, avantajele pe care le oferă vor atrage adepții din ce în ce mai mulți iar această formă digitalizată de comerț va continua să coeziste cu forme tradiționale competitive, într-un scop bine definit, acela de a facilita relațiile dintre diferiți actori sociali aflați în stadiu de cooperare și anume componenta umană și componenta informatizată.

### Bibliografie

1. Bucur Cristina- Mihaela, 2002 *Comerț electronic*, Ed. ASE, București, pag.125-127;
2. Costea Carmen, 2005 *Afaceri comerciale: abordări moderne*, Ed. All Beck, București, pag. 214-218;
3. Conf. univ. dr. Ion Botescu *Efectele comerțului electronic (The effects of electronic commerce)*, “Amfiteatru Economic”- <http://www.amfiteatruconomic.ase.ro>  
www ecommerce – guide.co  
<http://economie.hotnews.ro/>  
<http://www.aut.upt.ro/>  
<https://www.livecom.ro/articole-si-noutati/factori-de-succes-in-e-commerce>



# ENERGIA MARINĂ

Autor: prof. Bucur Viorica

Liceul Tehnologic „Virgil Madgearu” Constanța

Strategia privind „creșterea albastră” vizează dezvoltarea durabilă a întregului sector marin și maritim. Aceasta recunoaște importanța mărilor și oceanelor pentru economia Europei, precum și potențialul lor de inovare și dezvoltare. Elaborată de responsabili de politică maritimă integrată, ea contribuie la atingerea obiectivelor strategiei Europa 2020 pentru o creștere inteligentă, durabilă și favorabilă incluziunii.

Economia „albastră” furnizează 5,4 milioane de locuri de muncă și o valoare adăugată brută de aproape 500 de miliarde de euro pe an. Strategia identifică totuși o serie de domenii în care este loc de mai bine.

## ENERGIA MARINĂ

Potențialul energiei marine este uriaș. Dacă numai 10% din el ar fi folosit pentru generarea de electricitate, ar acoperi o parte semnificativă din necesarul de electricitate la nivel mondial.

Sursele de energie marină posibile și sistemele de conversie sunt împărțite în trei mari grupuri:

1. Energia mareelor (folosirea potențialului energetic al diferitelor niveluri ale mării creat de efectul de maree sau utilizând direct energia curenților mareici);
2. Energia valurilor (provocată de efectul vântului asupra mării);
3. Energia termală a oceanelor (folosirea unui ciclu termodinamic între temperatura apei de suprafață și temperatura din adâncuri).

În ultimii zeci de ani au fost construite o serie de dispozitive și echipamente pentru convertirea energiei marine, dar numai câteva dintre ele au devenit prototipuri la scară reală și au fost gata de testare pe mare. O excepție este La Rance (Franța), o uzină electrică ce folosește energia mareelor și care funcționează de peste 40 de ani. În afara energiei mareelor, alte feluri de energie marină sunt testate, însă unele variante se închid chiar imediat după calculele teoretice. În plus, mai multe decât problemele tehnice sunt cele economice. În ziua de astăzi, costul producerii energiei marine nu poate concura cu cel al energiilor regenerabile sau al celor tradiționale. Mai mult decât atât, de regulă este dificil să obții finanțarea proiectului, din pricina riscului de distrugere asociat condițiilor meteorologice. Cele mai importante tehnologii asociate conversiei energiei marine sunt: energia mareelor (uzinele electrice convenționale și cele care strâng energia curenților mareici), energia valurilor (tehnologii amplasate pe uscat, la țărm, dar și dispozitive în largul mării) și energia termală a oceanelor prin sisteme de conversie.

## ENERGIA MAREELOR

Energia mareelor este reprezentată de energia înmagazinată în ocean, produsă prin combinarea unor efecte:

- ✓ efectul gravitațional al Soarelui și Lunii,

- ✓ rotația Pământului,
- ✓ diferențele de adâncimi ale oceanelor, vechile contururi ale continentelor,
- ✓ înclinația axei de rotație a Pământului.

Cu câteva secole în urmă, energia mareelor era folosită pentru stocarea apei, folosindu-se energia potențială prin care se pune în mișcare un sistem de roți. Primele echipamente din secolul XX au folosit încă acest sistem, dar energia potențială a avut o aplicație diferită. Apa înmagazinată în timpul fluxului de barajul unui estuar este eliberată pentru a pune în funcțiune o turbină generând electricitate – este exemplul uzinei La Rance din Franța. Un dezavantaj important al acestui tip de energie este costul mare. Necesită un timp mare de construcție (între 5 și 15 ani) și trebuie luat în seamă și impactul asupra mediului produs de schimbările regimului hidrodinamic. Alt factor negativ este distanța mare între uzinele electrice și utilizator, faptul că necesită linii de transmisie lungi. Avantajul mare îl constituie costul mic de operare și întreținere (mai mic de 5%) și marea disponibilitate (peste 95%), cu un număr mare de grupuri de turbine generatoare. Exemple ale unor astfel de instalații sunt Uzina Electrică Kislaya (Kislogubskaya, Marea Albă, Rusia), ce utilizează o turbină de 0,4 MW și a început să funcționeze ca uzină pilot în 1968. Este cea de-a doua uzină în lume de acest fel. Altă centrală este plasată pe coasta de est a Canadei, la estuarul fluviului Annapolis, la Bay of Fundy, unde turbina a început să funcționeze în 1984.

Toate aceste aspecte nefavorabile determina multe țări să nu investească în asemenea uzine.

#### *ENERGIA VALURILOR*

Valurile oceanelor sunt produse de efectul vântului (datorită energiei solare) ce suflă la suprafața apei. Valurile se deplasează cu o viteză ce depinde de lungimea de undă, deci nu există perfecțiune în mersul valurilor. Amplitudinea, energia și direcția de deplasare a valurilor variază pe parcursul anului. Energia unui val depinde de direcția de deplasare, adâncimea mării, etc. și este direct proporțională cu pătratul amplitudinii și cu perioada cu care se deplasează. O perioadă mare (7-10 s) cu o amplitudine de 2 m poate avea mai mult de 40-50 kW/m. La fel ca multe alte energii regenerabile, energia valurilor nu este egal distribuită pe glob – între 30 și 60 grade latitudine, în ambele emisfere, este localizată cea mai mare densitate de energie.

#### *ENERGIA TERMALĂ A OCEANELOR (OTEC)*

Energia termală a oceanelor are în vedere ciclul termodinamic între temperaturile reci ale apei din adâncuri și apa caldă de la suprafață. Se estimează că întreaga cantitate de energie solară absorbită anual de către oceane este echivalentă cu de 4.000 de ori cererea de energie la nivel mondial pe aceeași perioadă. Principala problemă în ce privește acest gen de energie regenerabilă este că diferența de temperatură între apa caldă și cea rece să fie de cel puțin 20 grade Celsius. Cu cât este mai mare diferența de temperatură, cu atât mai bine, iar această cerință poate fi satisfăcută doar în zonele tropicale și ecuatoriale pe tot parcursul anului. Eficiența sistemelor care utilizează energia termală este destul de redusă. Conversia ideală ce folosește ciclul termodinamic între 26°C și 4°C este doar de 8% și, din cauza pierderilor, ajunge în final la 3-4% eficiență. În afară de dificultățile amintite, sunt

necesare sisteme de conducte lungi, care să transporte apa rece de la 1.000 m adâncime, poate chiar mai mult. Totuși, sistemele OTEC pot fi folosite și pentru producerea de apă rece, producerea de hidrogen, mări cultura și desalinizarea apei. De aceea, în unele insule, această metodă ar putea fi o alternativă față de energia convențională. Există două sisteme de conversie a energiei termale, cicluri deschise (experimentat la Natural Energy Laboratory of Hawaii) și cicluri închise (insula Nauru).

## BIBLIOGRAFIE

[https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/blue\\_growth\\_ro](https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/blue_growth_ro)

[https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/sea\\_basins/black\\_sea](https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/sea_basins/black_sea)

[https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/sites/maritimeaffairs/files/docs/body/swd\\_2015\\_6\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/sites/maritimeaffairs/files/docs/body/swd_2015_6_en.pdf)

## **Firma de exercițiu – metodă modernă de predare – învățare pentru dezvoltarea competențelor antreprenoriale ale tinerilor**

Toban Stelică, Liceul Tehnologic ION BARBU, Giurgiu/Giurgiu/România

Formarea competențelor antreprenoriale reprezintă un obiectiv important al învățământului profesional și tehnic din țara noastră. În cadrul calificărilor furnizate de învățământul profesional și tehnic și în curriculumul aferent acestor calificări sunt incluse competențe cheie precum: gândirea critică și rezolvarea de probleme, managementul relațiilor interpersonale, utilizarea calculatorului și prelucrarea informației, comunicarea, dezvoltarea carierei profesionale, comunicarea în limba modernă, inițierea unei afaceri, lucrul în echipă.

Firma de exercițiu, ca metodă modernă, inovatoare pentru procesul de predare-învățare a fost introdusă în curriculumul național, având ca obiectiv apropierea de activitatea practică și de realitatea economică, promovând dezvoltarea unei gândiri și atitudini antreprenoriale.

Pentru asigurarea premiselor integrării profesionale a absolvenților pe piața muncii, cât și pentru formarea profesională continuă, este nevoie de flexibilitate și adaptare la tipurile de competențe identificate ca fiind necesare în prezent și mai ales în viitor, pe o piață a muncii aflată în continuă schimbare și adaptare la cerințele impuse de dezvoltarea economică.

Firma de exercițiu se constituie ca fiind o metodă interactivă de învățare pentru dezvoltarea spiritului antreprenorial, ca o concepție modernă de integrare și aplicare interdisciplinară a cunoștințelor, ca o abordare care asigură condiții pentru dobândirea și aprofundarea practică a competențelor dobândite de elevi în procesul de pregătire profesională.

Obiectivul general al metodei moderne de predare – învățare firma de exercițiu îl constituie dezvoltarea spiritului antreprenorial prin:

- ✓ Familiarizarea elevilor cu activitățile specifice unei firme reale;
- ✓ Simularea operațiunilor și a proceselor economice specifice mediului real de afaceri;
- ✓ Formarea limbajului specific afacerilor;
- ✓ Dezvoltarea de competențe necesare unui întreprinzător dinamic, cum ar fi: gândirea critică, luarea de decizii, asumarea responsabilității, negocierea și argumentarea, lucrul în echipă, inițiativă, autorganizare și autoevaluare a resurselor individuale.

Din obiectivul general derivă obiectivele specifice ale metodei moderne de predare-învățare firma de exercițiu și anume:

- ✓ Formarea competențelor tinerilor întreprinzători, absolvenți ai învățământului profesional și tehnic, din sistemul național de învățământ;

- ✓ Facilitarea trecerii absolvenților de la școală la viața activă;
- ✓ Dezvoltarea spiritului antreprenorial al adulților, în cadrul programelor de formare continuă.

Firma de exercițiu este o metodă modernă de predare-învățare prin intermediul căreia elevii dobândesc, verifică și aprofundează cunoștințe comerciale, își formează abilități și atitudini comportamentale în toate domeniile din structura organizatorică a unei întreprinderi. Fiecare firmă de exercițiu este structurată, ca și în activitatea practică, pe departamente, iar elevii lucrează în cadrul acestor departamente, desfășurând activitățile specifice acestora.

Pe lângă posibilitatea contactelor economice atât la nivel național, cât și internațional, un alt punct forte al firmei de exercițiu îl reprezintă simularea. Deciziile greșite, care în viața reală de afaceri pot duce la periclitarea propriei organizații, nu au în firma de exercițiu nicio consecință economică reală. Ele însă se constituie într-o experiență importantă a elevilor, un factor esențial al procesului de învățare. Este indicat chiar să se exerseze aceste situații de eșec posibile în economia reală, elevii fiind astfel pregătiți pentru soluționarea sau preîntâmpinarea lor, identificând soluții de minimizare a efectelor unor astfel de riscuri.

Tabel 5.1. Diferențe între firma reală și firma de exercițiu

| Criterii                            | Firma de exercițiu                                                                                                                                        | Firma reală                                                                                                         |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Contacte externe                    | Cu alte firme de exercițiu din țară și străinătate                                                                                                        | Cu întreprinderi din viața reală, națională și internațională                                                       |
| Producție                           | Nu se produc mărfuri reale și nu se prestează servicii reale                                                                                              | Se produc mărfuri și se prestează servicii reale                                                                    |
| Flux bănesc                         | Nu există bani reali                                                                                                                                      | Există bani reali                                                                                                   |
| Risc antreprenorial                 | Se simulează asumarea riscului                                                                                                                            | Se asumă un risc antreprenorial real                                                                                |
| Sfera obiectivelor și activităților | Învățarea reprezintă principalul obiectiv pedagogic, iar activitățile se subordonează acestui obiectiv și obiectului de activitate al firmei de exercițiu | Obiectivele și activitățile sunt subordonate scopului economic                                                      |
| Învățare și semnificație            | Elemente de bază în pregătirea print-o firmă de exercițiu                                                                                                 | Experiența stă în centrul atenției multor întreprinderi                                                             |
| Rotația locurilor de muncă          | Rotația locurilor de muncă reprezintă elementul central în procesul de pregătire                                                                          | Schimbarea posturilor pentru dezvoltarea personalului reprezintă un element esențial în orice întreprindere modernă |
| Alegerea domeniului și a produsului | Piața firmelor de exercițiu                                                                                                                               | Piață- antreprenor                                                                                                  |
| Timp de lucru                       | 3 ore/săptămână                                                                                                                                           | 8 ore/zi                                                                                                            |
| Criterii pentru reușită             | Activități exersate, competențe formate, angajarea absolvenților                                                                                          | Profit, păstrarea locurilor de muncă                                                                                |

Sursa : Ștefănescu Mihaela (coordonator ), Ghidul firmei de exercițiu: Cea mai bună practică, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2012

Metoda de învățare firma de exercițiu se constituie ca o bază solidă de formare a absolvenților de liceu în vederea unei formări profesionale care să satisfacă cerințele pieței muncii, cerințe aflate în concordanță cu standardele europene. Dobândirea de cunoștințe prin aplicare practică dezvoltă competențe generale, specializate, dar și competențe cheie. Elevul este instruit într-un cadru atractiv, creativ și interactiv și participă în mod voluntar și motivat la propria formare. Se adaptează rapid la cerințele mediului de afaceri, se dezvoltă personal, fiind motivat, hotărât și ambițios. Elevii își



formează spiritul antreprenorial. Își asumă riscuri și responsabilități pentru o piață a muncii aflată într-o continuă schimbare.

În vederea asigurării premiselor integrării profesionale a absolvenților de liceu pe piața forței de muncă și pentru formarea profesională continuă a acestora este nevoie de flexibilitate și adaptare permanentă la tipurile de competențe identificate ca fiind necesare în prezent și mai ales în viitor, pe o piață a muncii aflată în continuă schimbare și adaptare la cerințele impuse de dezvoltarea economică.

Învățarea în firma de exercițiu oferă posibilitatea aprofundării practice a conținuturilor dobândite în instruirea de bază de către elevii angajați ai firmei de exercițiu. ea reprezintă o metodă modernă de integrare și aplicare interdisciplinară a conținuturilor, realizând efectul de sinergie al disciplinelor integrate.

Transmiterea interdisciplinară a cunoștințelor, în firma de exercițiu, este impusă de activitățile care se desfășoară în cadrul întreprinderii. Putem aprecia faptul că este o metodă orientată spre acțiune și spre rezolvarea problemelor, fiind o metodă de predare-învățare centrată pe elev.

Criza pe care o traversăm în prezent oferă în afară de aspectul ei generalizat și câteva concluzii de reținut. Între acestea faptul că forța de muncă, atât tânără, cât și cea experimentată este în permanență obligată să se adapteze noilor cerințe de pe piața muncii. În acest context, în ediția din 6 iunie se va discuta despre dezvoltarea spiritului antreprenorial la tânăra generație.

Aparent antreprenoriatul este foarte complicat și sofisticat, pare importat de undeva de peste ocean și mai puțin accesibil celor care nu cunosc foarte multe în acest domeniu. Este motivul pentru care se va discuta atât despre semnificația noțiunii antreprenorat, cât și despre aptitudinile pe care ar trebui să le posede un tânăr care și-ar dori să urmeze o carieră în acest domeniu.

Susținerea antreprenoriatului a devenit o prioritate ca soluție pentru ieșirea din criză și stoparea ratei îngrijorătoare a șomajului. În ultimii ani, guvernele alocă constant resurse pentru redresarea întreprinderilor sub diferite forme de ajutor: garanții pentru credite, subvenții de taxe, credite pentru cercetare-dezvoltare menite să forțeze inovarea sau pentru încurajarea startup-urilor.

Competiția „ Business Plan în firma de exercițiu „ reprezintă o oportunitate pentru elevi în vederea asigurării unei inserții mai bune pe piața forței de muncă din ce în ce mai flexibilă și mai performantă.

Există o apreciere generală în ceea ce privește rolul major pe care antreprenoriatul, alături de inovare, îl joacă în creșterea competitivității economice și crearea locurilor de muncă, la scară globală. Totuși, abordarea politicilor publice în domeniul antreprenoriatului diferă de la un stat la altul, în funcție de dinamica economică, particularitățile mediului de afaceri sau obiectivele de dezvoltare regională. Pe măsură ce globalizarea influențează tot mai mult economia mondială, dinamismul antreprenoriatului este văzut ca un factor care contribuie la consolidarea economiei bazate pe cunoaștere, la soluționarea problemelor sociale și de mediu. Politicile antreprenoriale sunt tot mai strâns corelate cu cele pentru inovare, fiind orientate pe crearea de noi produse și servicii, prin valorificarea ambelor valențe ale economiei bazate pe cunoaștere.

#### Bibliografie

1. Armstrong M., Managementul resurselor umane – manual de practică, Editura Codecs, București, 1997;
2. Constantin A., Constantin T., Managementul resurselor umane – ghid practic și instrumente pentru responsabili de resurse umane și manageri, Editura Institutul european, Iași, 2012;
3. Lefter V., Deaconu A., Manolescu A., Managementul resurselor umane, Editura Pro Universitaria, București, 2012;
4. Manolescu Aurel, Managementul resurselor umane, Editura Economica, București, 2003;
5. Mathis R., Nica P., Rusu C., Managementul resurselor umane, Editura Economică, București, 1997;
6. Nicolescu O., I. Verboncu, Management, Editura Economică, București, 1999;
7. <http://www.tvet.ro/>
8. <http://www.roct.ro/>
9. <http://firmaexercitiu.tvet.ro/>

# „FIRMA DE EXERCIȚIU” - METODĂ DIDACTICĂ ACTIVĂ

PROFESOR IONESCU MARIA  
COLEGIUL ECONOMIC RM. VÂLCEA

Pentru profesori, actul educațional pentru liceele cu filiera tehnologică, profil servicii, presupune fixarea unor direcții fundamentale cum ar fi: centrarea pe elev a procesului predării, mutarea accentului de pe predare pe învățare, învățarea direcționată spre cunoștințe, competențe și deprinderi certe pentru piața muncii.

Strategiile și abordările didactice trebuie să vizeze faptul că viața nu este împărțită pe discipline și să pună în practică principiul interdisciplinarității. Aceasta implică disponibilitatea cadrelor didactice, care predau discipline tehnologice, pentru comunicare și muncă în echipă cu scopul evidențierii acelor cunoștințe ce pot fi utilizate ca interdisciplinare.

Abordarea sistematică a învățării trebuie să dezvolte capacități noi la elevi, posibilitatea de a opera în mod original cu toate cunoștințele, integrându-le într-un sistem de comunicații. Pentru a realiza astfel de lecții se impune o deplină înțelegere „*A ieși din granițele propriei tale discipline implică o sinteză*” – J. Piaget, (*Dimensiunile interdisciplinare ale psihologiei.*).

Învățământul preuniversitar profesional și tehnic are un rol cheie în procesul de dezvoltare economică și socială, prin modul în care răspunde provocărilor unei societăți bazate pe cunoaștere.

Modernizarea învățământului profesional va permite tinerilor obținerea de cunoștințe, deprinderi și competențe relevante pentru piața muncii, în vederea ocupării unui loc de muncă.

Dezvoltarea în rândul tinerilor a unei culturi bazate pe antreprenoriat contribuie, în mod decisiv la atingerea acestui obiectiv.

Aplicarea la clasă a acestei metode noi de învățare are impact asupra activității elevilor, cât și a agenților economici. Scopul principal al firmelor de exercițiu este orientarea către activitățile practice, întreprinse în unitățile de învățământ.

„Firma de exercițiu” – ca metodă didactică se caracterizează prin două aspecte definitorii:

- unul virtual prin faptul că, în cadrul firmelor de exercițiu nu există bani sau bunuri;
- unul real se respecta uzanțele comerciale, fluxul informațional, documentele și circuitul acestora precum într-o firmă propriu zisă.

Firma de exercițiu reprezintă o simulare a unei firme reale în cadrul școlilor cu profil servicii, este înființată de către elevi și coordonată de cadrele didactice.

Centrala ROCT vine în ajutorul elevilor și cadrelor didactice, punând la dispoziția lor informații cu privire la modul de înființare a unei firme de exercițiu, modul în care se pot desfășura tranzacții, date

ale târgurilor naționale, informații despre proiectele în desfășurare sau care vor fi inițiate și toate documentele necesare activității.

Exersarea în firma de exercițiu se realizează în domeniul de calificare studiat (de exemplu: elevii de la calificarea tehnician în turism vor organiza o firmă de exercițiu în domeniul turismului, respectiv o agenție de turism).

Un prim demers în constituirea firmei de exercițiu este reprezentat de ideea de afaceri, care trebuie să fie atractivă, de impact și cu rezultate deosebite, pentru ca firma să se poată impune pe piață, respectiv să fie funcțională și profitabilă.

O analiză a firmelor autorizate de ROCT relevă domenii principale de interes economic, dar și subdomenii derivate din acestea. Ideea de afaceri este evaluată și analizată în corelare cu mediul de implementare.

Referitor la *avantajele folosirii firmei de exercițiu*, este important să înțelegem că nu doar elevii care participă la aceste activități beneficiază de avantaje, ci și agenții comerciali care îi sprijină.

Firma de exercițiu, metoda practică de înregistrare a cunoștințelor de la diverse discipline determină dobândirea de abilități antreprenoriale, perfecționarea comportamentelor profesionale și totodată identificarea potențialului propriu al elevilor. Instruirea în firma de exercițiu oferă elevului competențe în ceea ce înseamnă comportamentul profesional, respectiv: *“Să știe ce să facă și să știe cum să facă.”*

“Firma de exercițiu” reprezintă un model al unei întreprinderi reale, fiind o metodă de abordare practică a integrării conținuturilor, metodă concepută pentru formarea aptitudinilor personale și comportamentelor aplicabile în toate domeniile economice, pornind de la funcțiile de bază și până la cele de conducere din întreprindere.

În firma de exercițiu se realizează sinergia interdisciplinarității conținuturilor de la diverse discipline: economie, contabilitate, marketing, corespondență comercială, limbi străine, informatică, drept și legislație etc. În firmele de exercițiu elevii se comportă ca șefi sau agenți responsabili și își educă și formează spiritul de întreprinzător.

În firma de exercițiu sunt exersate tranzacțiile economice existente în firmele reale, fiecare firmă de exercițiu fiind structurată în conformitate cu situația din practică, în departamente: resurse umane, secretariat, marketing, desfacere, financiar - contabil, etc.

Firma de exercițiu permite elevilor să pună în aplicare noțiunile teoretice pe care le au învățat la clasă, dar și obișnuirea acestora cu asumarea responsabilității pentru acțiunile sau deciziile pe care le iau în legătură cu firma de exercițiu. Învăță să rezolve probleme ce apar pe parcursul activității, în firmă.

Astfel, elevii își formează deprinderi și abilități, își însușesc competențe cheie, cum ar fi capacitatea de a lucra în echipă, gândire interdisciplinară, competențe de comunicare și relaționare. Mai mult de atât, obțin abilități profesionale, flexibilitate necesară pe piața muncii și pot descoperi o afinitate față de un anumit loc de muncă. Competențele obținute pot determina reducerea perioadei de

acomodare la locul de muncă, familiarizarea cu sarcinile înscrise în fișa postului, lucru benefic atât pentru angajatori cât și pentru viitorii angajați.

Companiile care oferă sprijin firmelor de exercițiu se pot bucura de anumite câștiguri. În primul rând, în momentul în care doresc să angajeze o persoană tânără care nu a mai lucrat într-o organizație reală, angajatorul va beneficia de toate competențele și abilitățile pe care persoana respectivă le-a dobândit în urma practicii la firma de exercițiu. Va economisi timp și bani deoarece nu vor mai fi necesare atât de multe ședințe de training, viitorul angajat va fi obișnuit cu activitățile din cadrul unei companii. Tânărului îi va fi mult mai ușor la locul de muncă deoarece cunoaște deja o bună parte a legislației, a ierarhiilor și a traseului anumitor documente. Companiile cer peste tot, indiferent de domeniu, experiență în momentul în care caută o persoană pentru un loc de muncă. Firmele de exercițiu reprezintă locul în care acești tineri dobândesc experiență necesară pe piața muncii.

Societățile comerciale care sprijină firmele de exercițiu din școli vor avea de câștigat reputație și imagine. Cei implicați în aceste activități vor începe să pomenească numele companiei care îi ajută și se implică în firmele de exercițiu. Se vor bucura de o imagine bună în rândul consumatorilor și clienților prin oferirea unui ajutor tinerilor care sunt la început de drum. În acest fel, ca tutori a firmelor de exercițiu, agenții economici care investesc în elevi, investesc de fapt în propria afacere pe termen lung.

Deja devenită o tradiție, metoda de predare „Firma de exercițiu” constituie un exemplu de bune practici pentru învățământul profesional și tehnic

Firma de exercițiu, complexă ca metodă, motivată ca efecte, e o provocare atractivă atât pentru elevi cât și pentru profesori.

## BIBLIOGRAFIE

1. Anghel Laurențiu, Dan Petrescu *Business to business marketing* Editura Uranus, București, 2002;
2. Bălan Carmen *Logistica factor integrator și sursă de competitivitate* Editura ASE București, 2004;
3. Butler David *Planificarea afacerii. Ghid de start* Editura All, București, 2006;
4. Dumitrașcu Vadim *Managementul resurselor umane* Editura Economică, București, 2001;
5. Ștefănescu Mihaela *Ghidul firmei de exercițiu, cea mai bună practică* Editura didactică și pedagogică, București, 2012;



# Rolul creativității și inovației în succesul antreprenorial

Prof. Liana Jescu  
Liceul Tehnologic Economic "Virgil Madgearu" Iași

## Motto:

*"Inovația este instrumentul specific al antreprenoriatului.  
Este actul care conferă resurselor o nouă capacitate de a crea bogăție"*

**Peter Drucker**

Inovația și creativitatea au devenit abilități esențiale pentru obținerea succesului în economiile dezvoltate. Noii antreprenori sunt focalizați pe dezvoltarea de afaceri în industrii majore, variind de la social media și big data, la biotehnologie și neuroscience.

Lumea în care trăim este din ce în ce mai interconectată la schimbările mediului, a abilităților și a inovației, iar antreprenorii sunt esența economiei. Spiritul antreprenorial este important pentru mediul de afaceri în general, nu numai în sectorul IMM-urilor, ci și în corporații și în sectorul nonprofit. Pe lângă contribuția esențială la crearea de locuri de muncă, antreprenoriatul aduce acea capacitate de inovare absolut necesară în toate tipurile de companii. Prin urmare, are un impact incontestabil asupra stabilității și puterii economice. Afacerile antreprenoriale iau naștere fie ca urmare a observării unei oportunități, fie în lipsa unei posibilități mai bune de câștig. Firmele, în calitate de parteneri și clienți, încep să se raporteze la organizații în alte moduri decât cele tradiționale, astfel a devenit vital pentru liderii din întreaga lume să reacționeze adecvat prin înțelegerea modului în care oamenii interacționează.

Antreprenoriatul este influențat de caracteristici individuale:

- observarea de oportunități;
- încrederea în propriul talent antreprenorial;
- teama de eșec;
- înclinațiile antreprenoriale.

Aceste caracteristici se manifestă diferit, atât în funcție de stadiul de dezvoltare al economiei, cât și de zona geografică. Astfel, înclinațiile antreprenoriale sunt cele mai pronunțate și teama de eșec este cea mai mică în economiile bazate pe resurse și în Africa. În schimb, situația este exact opusă în economiile bazate pe inovare și în America de Nord și Uniunea Europeană. În unele țări ale Uniunii Europene care au parcurs în trecut lungi perioade dificile (Slovenia, Croația, Grecia, Spania, Portugalia) oportunitățile sunt mai greu observate.

Antreprenoriatul este influențat și de valorile sociale. În Africa, antreprenoriatul este considerat cea mai bună variantă de carieră. Aici, la fel ca și în America de Nord, antreprenorii de succes sunt foarte respectați, iar media îi tratează cu multă atenție. În schimb, în Uniunea Europeană, antreprenoriatul nu este opțiunea preferată de carieră, nu conferă un statut special celor care-l practică, iar mass-media nu-i acordă o atenție deosebită.

Economia globală este alcătuită dintr-o serie de rețele economice care leagă clienții cu furnizorii de produse din toate colțurile lumii. Aceste rețele sunt formate din firme interconectate care reușesc să aducă produsele comercializate de ele până la ușa clienților, de la cultivatorii de cafea din Columbia, companiile de logistică și până la magazinele aflate în imediata noastră apropiere. Odată ce toate aceste firme și-au câștigat o poziție puternică în aceste rețele, ele au putut ulterior să dezvolte și să modifice aceste rețele într-un mod adecvat propriilor afaceri. Companiile care au reușit să ajungă într-o poziție centrală în cadrul acestor rețele au putut modifica ulterior modul de funcționare și structura acestora. În cea mai mare parte, activitățile antreprenoriale se bazează pe trei tipuri de acțiuni într-o rețea: controlul rețelei din care face parte firma respectivă, legătura cu ceilalți și crearea unei noi rețele.

Conform publicației Business Insider, într-un studiu al IBM, 1709 de președinți executivi, manageri generali și lideri organizaționali din 64 de țări au sugerat că a venit timpul abordării unui nou

mod de relaționare. Concluziile studiului identifică acele lucruri pe care trebuie să le facă managerii pentru a avea succes în orice tip de afacere:

- Să ofere putere angajaților prin intermediul valorilor;
- Să trateze clienții ca individualități, cu nevoi și așteptări specifice;
- Să fie deschiși la inovație și să inițieze parteneriate;
- Să înțeleagă impactul pe care îl au inovațiile asupra tehnologiei;
- Să fie deschiși la interconectare;
- Să susțină valorile economice ale organizației în care lucrează.

De asemenea, studiul a subliniat trei aspecte care ajută organizațiile să-și depășească limitele:

- Încurajarea liderilor creativi;
- Abordarea adecvată a ideii de viteză și flexibilitate. Liderii care se preocupă de dezvoltarea abilităților forței de muncă de a răspunde oportunităților au cel mai mare succes.
- Capitalizarea inteligenței colective. Managerii care promovează colaborarea și împărtășirea informațiilor între membrii unei echipe sunt eficienți și inovatori. Încurajarea angajaților să gândească diferit, oferindu-le timp și resurse pentru a explora noi domenii pentru idei inovatoare este cheia pentru soluții de afaceri rentabile.

Astfel, este importantă includerea în criteriile de promovare a indicatorului ce ține de capacitatea de a implica oamenii, respectiv:

- Includerea unor indicatori de performanță pentru manageri cu referire la creșterea nivelului de implicare și responsabilizarea acestora pentru atingerea indicatorilor stabiliți;
- Folosirea platformelor colaborative și de comunicare internă pentru consultarea angajaților în legătură cu programele de creștere/consolidarea implicării;
- Crearea unui calendar de întâlniri între top management și oamenii din organizații: dimineți cu CEO-ul, seri de mentorship cu directorii companiei;
- Colectare input de la angajați în legătură cu oportunități de îmbunătățire a proceselor, a relațiilor cu clienții, alte oportunități din piață pentru a genera motivare și atașament față de companie.

Ca urmare a dezvoltării noilor tehnologii, antreprenorii secolului XXI sunt dependenți de capitaluri într-o măsură mult mai mică. De asemenea, “barierele la intrare” - acele restricții legale, instituționale, de practică a afacerilor și de intensitate a concurenței, proprii fiecărui domeniu de activitate, pe care le întâlnește orice nou-veni - nu mai reprezintă un obstacol la fel de important ca altă dată. Acest mediu socio-economic modificat calitativ oferă perspective favorabile pentru dezvoltarea întreprinderilor mici. Tocmai de aceea apariția super-abundentă a firmelor mici, dinamice, inovative, nu mai reprezintă apanajul țărilor industrializate sau chiar al marilor economii emergente.

În zilele noastre, peste tot în lume, întreprinzătorii pot crea valoarea economică utilizând un volum semnificativ mai redus de capital. Societăți comerciale inovative își au sediul de activitate în locații dintre cele mai neașteptate, în multe țări mici cu economii în curs de dezvoltare. Mai departe, un alt mit economic infirmat: nu neapărat India sau Brazilia sunt țările în care se dezvoltă astfel de forme antreprenoriale bazate îndeosebi pe exploatarea economică a potențialului noilor tehnologii TIC (Tehnologii ale Informației și Comunicării), ci și țări mici, fără tradiție, precum Iordania, Arabia Saudita sau țări africane a căror economie a fost dominată până nu demult, de sectorul public, de firme multinaționale sau de elite locale. Societățile comerciale, firmele românești din țările dezvoltate care vor să-și extindă activitatea în afară granițelor țării de origine au nevoie de întreprinderile antreprenoriale de generație nouă afirmate în țări în curs de dezvoltare, întrucât acestea pot identifica noi sectoare pentru satisfacerea cererii locale și generează, astfel, venituri semnificative. Acest tip de firme, bazate pe noile tehnologii, facilitează, totodată, accesul multinaționalelor la idei noi, la noi clienți și furnizori, la o resursă umană inovativă, motivată, accesibilă. Poate tocmai descoperirea acestor segmente de activitate neconvenționale ar permite relansarea economiei mondiale.

Predominant există pe piață și persoane care urmăresc oportunități și conjuncturi favorabile. Acest tip de potențial întreprinzător are tendința să creeze întreprinderi mai mari, cu un puternic filon de creștere. Întreprinderile astfel create au vocația noutății, aflându-se la originea unor produse de înaltă concentrație tehnologică, a formării unor noi lanțuri de aprovizionare sau distribuție, identifică noi clienți generând – pe această cale – valoare economică.

Crearea locurilor de muncă de către noile forțe antreprenoriale reprezintă o investiție de încredere, semnificativă a autorităților publice. Acest lucru este posibil într-un număr foarte mic de sectoare de activitate, care sunt greu accesibile economiilor în curs de dezvoltare ce nu dispun, încă, de un potențial antreprenorial semnificativ. Sau poate inițiativele în domeniul antreprenorial, materializate în noi societăți comerciale mici și mijlocii nu au încă cele mai bune condiții de afirmare.

Antreprenorii, după cum spunea Peter Drucker, nu sunt capitaliști, deși, în mod cert, au nevoie de capital pentru a-și pune în practică ideile. Ei nu sunt nici investitori, cu toate că își asumă, în mod evident, riscuri. Antreprenorii nu sunt neapărat patroni sau proprietari, îi putem regăsi deseori ca persoane ce lucrează individual sau ca simpli angajați într-o întreprindere. Spiritul antreprenorial se referă la capacitatea de confruntare cu luarea unei decizii și de asumare a riscului și incertitudinii. Este puțin probabil ca oamenii care au nevoie de stabilitate și certitudini (persoanele statice) să ajungă vreodată antreprenori de succes.

În funcție de punctul de vedere al conducerii, viitorul afacerilor poate să fie îngrozitor sau entuziasmant. Mai demult, viața în domeniul afacerilor era destul de simplă, asemeni unei călătorii liniștite cu trenul care oprea în fiecare gară conform orarului. Acum, domeniul afacerilor poate fi asimilat unui „montagne russe” fără balustrade. Niciodată presiunea nu a fost atât de mare. Este vorba de presiunea competiției, deoarece apar pe piață mai multe idei noi, mai mulți concurenți, de presiunea costurilor, deoarece clienții cer mai mult la prețuri mai mici, de presiunea serviciilor conexe, deoarece clienții mai vor și servicii de excelență calitate pe lângă produse ieftine și bune și, în fine trebuie menționată și presiunea timpului deoarece tehnologiile înfloritoare fac că totul, de la comunicații până la ciclurile de fabricație, să se desfășoare în intervale din ce în ce mai scurte.

La toate aceste probleme există un singur răspuns: creativitatea. Nu este fantezistă afirmația că, fără creativitate, foarte puține dintre firmele care există astăzi vor mai exista și peste câțiva ani. Cheia este „schimbarea”, „adaptarea” iar inovația este cerința esențială pentru ca o firmă să nu se îndrepte spre faliment atunci când se preconizează un nou val de schimbări. Fără creativitate se apelează mereu la aceleași procedee răsuflăte. Nu este suficient ca directorul unei firme să considere că: „Dacă un lucru nu este stricat, n-ai de ce să umbli la el”. Problemele se schimbă sub ochii noștri, iar concurența se intensifică pe zi ce trece. Prin urmare creativitatea nu este numai o jucărie frumoasă, ci un factor de supraviețuire.

Bineînțeles, este clar că pentru orice afacere este nevoie de creativitate, dar este cu totul altceva a te ocupa de această problemă. O soluție relativ simplă ar fi angajarea rapidă a unor persoane creative. Nu e o idee rea, însă adevărul este că toți dispunem de mai multă creativitate decât folosim în general.

Din păcate există o serie de motive pentru care creativitatea este frânată: fie nu este momentul potrivit al zilei, fie cei cu care lucrăm pot fi obosiți sau stresați sau plictisiți. Dar cel mai rău este că potențialul creativ natural al oamenilor este suprimat datorită unei combinații între socializare – este adesea recomandabil să scadă creativitatea pentru a crește șansele de supraviețuire – și educație, care, în general vizează obținerea răspunsului cerut, mai degrabă decât a unei soluții creative. Evident, nu este nimic rău în această, atât doar că devine un obstacol atunci când avem nevoie de creativitate.

În general, creativitatea oamenilor este mai ușor de împiedicat decât de dezvoltat. Facem asta la tot pasul. Au fost menționate deja considerente de ordin social și educațional. Prin urmare nu este de loc surprinzător faptul că se impun unele constrângeri sociale în calea creativității. De multe ori, nu cel mai original răspuns, nu cel mai creativ, ci singurul răspuns corect de pe lista de răspunsuri. Iar în viața reală nu este așa. Orice problemă, orice cerință poate avea mai multe răspunsuri corecte. Nevoia de creativitate apare atunci când răspunsul corect nu este mulțumitor

Totuși, în lumea afacerilor, creativitatea – în orice domeniu s-ar manifesta această – reprezintă posibilitatea detașării de ceilalți, posibilitatea obținerii unor profituri peste medie, și, de ce nu, în situații extreme posibilitatea supraviețuirii unei firme.

Educația antreprenorială este o competență-cheie care sprijină dezvoltarea personală, cetățenia activă, incluziunea socială și șansele de angajare. Astfel, se dezvoltă în toate disciplinele de învățământ și la toate formele de educație și formare profesională (formală, non-formală și informală).

Această înțelegere europeană a antreprenoriatului - ca o competență cheie indică:

- În primul rând, dezvoltarea de atitudini antreprenoriale, competențe și cunoștințe care ar trebui să permită individului transformarea ideilor în acțiuni.
- În al doilea rând, antreprenoriatul nu este numai legat de activitățile economice, ci și de crearea de afaceri, dar (în sens mai larg) este legat de toate domeniile vieții și ale societății.

Mai mult de jumătate din țările europene alocă atât fonduri naționale cât și fonduri UE către educația antreprenorială. Câteva strategii europene dispun de abordări detaliate în monitorizarea progresului și a impactului educației antreprenoriale în școli. Există dovezi serioase care demonstrează o bună colaborare cu ministerele în cadrul unor parteneriate. Cu toate acestea, este mult de lucru pentru a putea sprijini țările în dezvoltarea unor activități de punere în aplicare a unor metode mai robuste de monitorizare. Mai mult de jumătate dintre țările europene au foarte puține sau nu au linii directe privind metodele de predare a antreprenoriatului în școli. (sunt folosite în special „Ghidurile de predare”).

Cercetările sugerează că metodele care implică experiențe ale elevilor în afara sălii de clasă (în lumea reală) sunt esențiale pentru educația antreprenorială. Sunt importante orientările clare, pentru ca profesorii să aibă o înțelegere comună a metodelor de învățare adecvate pentru educația antreprenorială. Aceste metode vor contribui în modul cel mai eficient la succesul procesului de învățare. În cadrul liceului nostru, s-au realizat analize de satisfacție ale elevilor. Din chestionarele de satisfacție ale elevilor clasei a XI-a (115 elevi) rezultă că 92 % dintre elevi consideră foarte utilă activitatea “Firmelor de exercițiu” și 90 % dintre ei participă cu plăcere la activitățile “Firmei de exercițiu”. Foarte puține țări includ un mod regulat și obligatoriu experiențe practice antreprenoriale ca parte a curriculum-ului școlar. Cele mai răspândite exemple de experiențe antreprenoriale practice sunt crearea de mini+companii junior, care au ca scop generarea de idei de afaceri. Multe experiențe practice antreprenoriale implică parteneri externi, cum ar fi Junior Achievement.

### **Bibliografie&Webografie:**

1. Băloiu, L.M., Managementul inovației, Ed. Eficient, 1995;
2. Peters, T., Cercul inovației, drumurile bătătorite nu duc spre succes, Ed. Publica, 2010
3. <http://www.businessmagazin.ro/opinii/opinie-lavinia-rasca-antreprenoriatul-secolului-xxi-15038245>
4. <http://www.managerexpress.ro/idei-resurse/research-atentie/studiu-cum-sa-devii-un-lider-de-succes-in-secolul-xxi.html>
5. <https://www.cariereonline.ro/leadership/4-lectii-pe-care-liderii-nu-le-invata-la-scoala>

# Modelul ARCS

**Profesor economist Alexe Nicoleta Monica**  
**Colegiul Economic „Costin C. Kirițescu”, București**

Deseori motivația este concepută ca o secvență de evenimente, care constă din: atenție, relevanță, încredere și satisfacție (attention – A, relevance – R, confidence – C, satisfaction - S). De exemplu, la început profesorul captează *Atenția* elevilor, apoi oferă *Relevanță* celor predate, pe urmă, când procesul instructiv-educativ se desfășoară eficient, elevul capătă *Încredere în sine și în profesor*. În urma cunoștințelor recent asimilate elevul obține *Satisfacția*, care asigură continuitatea procesului de învățare.

## **Atenția**

Deseori, este mult mai ușor să captăm atenția elevilor la începutul lecției. Menținerea acesteia pe parcursul întregii lecții este o artă – o provocare pentru profesor. Este cazul să oferim elevilor o varietate de prezentări realizate cu ajutorul mijloacelor audio-video, discuții în grupuri, dezbateri etc. De asemenea, suportul de curs dat elevilor îl elaborăm într-o altă manieră: mărime diferită, culori variate, scheme, tabele etc.

## **Relevanța**

Este unanim acceptat faptul că ceea ce este familiar elevilor se însușește cu o mai mare sârguință. Pentru profesori este dificil să concorde conținuturile cu interesele și necesitățile tuturor elevilor. De aceea este important să se stabilească acele „interese comune” ale întregii clase de elevi, iar relevanța o vor percepe fiecare în mod individual. Instruirea este relevantă pentru elevi atunci când are tangențe cu experiențele elevilor. Metaforele, analogiile și relațiile unor întâmplări prezintă relevanță majoră pentru elev, acestea se apropie mai mult de modul lor de viață, ajutându-i să înțeleagă informația și conceptele noi.

## **Încrederea**

Pentru dezvoltarea încrederii în sine propunem următoarele sugestii:

- Creați elevilor așteptări pozitive în ceea ce privește obținerea succesului. Divizați scopurile complexe în secvențe mai mici. Este mult mai ușor să cari un sac cu cărți dacă împarți cărțile în teancuri a câte 15.
- Oferiți elevilor posibilități de a obține succese. Elevii câștigă o încredere mai mare în sine dacă li se acordă asistență suficientă pentru a realiza sarcina pe care nu o pot executa fără ajutorul cuiva.
- Acordați-le elevilor posibilitatea de a-și controla într-o măsură anumită propria instruire. Ajutați-i să înțeleagă că învățarea este o consecință directă a eforturilor depuse de ei.

## **Satisfacția**

Satisfacția elevilor poate fi intensificată prin celebrarea reușitelor. Recunoașterea succeselor elevilor, atât în public, cât și în particular, consolidează comportamente și atitudini care au asigurat obținerea succesului. În continuare elevii vor tinde să procedeze în mod similar sau chiar mai elaborat, având scopul de a reuși din nou.

Uneori satisfacția elevilor este intensificată de comparația pe care o fac elevii a reușitelor proprii cu cele ale colegilor („a făcut ca mine sau mai bine decât mine ?”). Atunci când remarcă o atare situație, profesorul trebuie să menționeze faptul că rezultatele învățării sunt individuale și trebuie să corespundă așteptărilor personale.

## **Aplicații ale modelului ARCS**



|                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Obținerea și susținerea atenției | Captați atenția elevilor utilizând abordări neobișnuite sau neașteptate de elevi.<br>Stimulați permanent curiozitatea elevilor folosind probleme care invocă mister.<br>Mențineți atenția elevilor variind structura prezentărilor.                                                                                  |
| Creșterea relevanței             | Dezvoltați convingerea elevilor asupra modalității în care subiectul predat concordă cu scopurile personale ale elevilor.<br>Oferiți elevilor oportunitatea de a-și valorifica experiențele anterioare.<br>Accentuați familiaritatea subiectului prin relaționarea acestuia cu experiențele anterioare ale elevilor. |
| Consolidarea încrederii în sine  | Creați așteptări pozitive, elaborați scopuri educaționale comprehensibile.<br>Permiteți-le elevilor să se autocontroleze.                                                                                                                                                                                            |
| Generarea satisfacției           | Creați consecințe firești, oferind elevilor posibilitatea de a utiliza competențele recent dobândite.<br>În absența consecințelor firești, utilizați remunerări pozitive simbolice.                                                                                                                                  |

### Cîteva sugestii pentru a motiva elevii

- **Explicați.** Studii recente demonstrează că elevii sunt mai puțin interesați de participare sau evaluare deoarece nu înțeleg ce trebuie să facă sau ce ar trebui să facă. Profesorii ar trebui să acorde mai mult timp explicării: de ce învățăm ceea ce învățăm; de ce o anumită abordare / teorie / activitate este importantă, utilă și interesantă etc. În procesul educațional entuziasmul profesorilor se transmite și elevilor, care probabil vor deveni mai interesați de subiectul respectiv. În mod similar, profesorii trebuie să acorde mai mult timp explicând elevilor ce așteaptă de la ei, ce obiectiv urmărește prin realizarea unei activități de evaluare etc. Elevii care sunt nesiguri de ceea ce urmează să realizeze sau cunosc precar instrucțiunile de executare nu vor obține mari succese.
- **Remunerați.** Elevii care nu au consolidat un set motivațional intrinsec de a învăța pot fi ajutați prin motivație extrinsecă - remunerarea (psihologică sau materială). Rețineți că și adulții și elevii sunt tentați să repete comportamentele care au fost remunerate. Remunerarea poate fi simbolică și să marcheze nivelul la care a ajuns elevul prin acest comportament / răspuns. Copiilor mici acordați-le baloane, bomboane, fructe, set de carioci/creioane. Elevilor mai mari li se pot oferi cărți, certificate, laude verbale etc. Oricui îi place să fie apreciat și recunoscut, iar remunerările pentru o activitate realizată bine produc trăiri emoționale plăcute.
- **Umanizați-vă acțiunile și comportamentele.** Elevii sunt mai motivați să comunice cu profesorii care sunt mai „umani” și cărora pare să le pese de ei, de interesele și scopurile lor. Profesorii pot „apropia” elevii povestindu-le diverse istorioare din viața personală, recunoscându-și greșelile pe care le-au făcut când erau copii sau chiar fiind adulți deja. O astfel de personalizare a relației profesor – elev îi ajută pe aceștia să perceapă profesorii ca ființe umane apropiate, și nu ca figuri autoritare și neplăcute. Discutați cu elevii și în afara

orelor de curs. Interesați-vă care le sunt planurile de viitor, ce și-ar dori să devină, unde intenționează să-și petreacă vacanța etc.

- **Implicați elevii în activități.** Unul din factorii majori ai motivației este implicarea elevilor în propriul proces de instruire. Citindu-le sau prezentându-le subiectul fiind postat în fața clasei nu sînt metodele cele mai eficiente de predare. Este mult mai bine să implicați elevii în diverse activități: situații-problemă, discuții în grup, studiu de caz etc. O oră despre natură ar avea o mai mare eficiență dacă s-ar desfășura în parc. Alegeți câțiva elevi care să vă ajute (selectarea bibliografiei, stabilirea subiectelor pentru examene, pregătirea sălii pentru desfășurarea unei discuții în plen, aranjarea posterelor etc.). Aceste activități vor spori considerabil stima de sine a elevilor și vor intensifica și motivația acestora pentru studiul disciplinei respective. Folosiți orice oportunitate de a primi ajutorul elevilor dvs. și fiți recunoscători pentru acesta.
- **Predați inductiv.** Cercetătorii susțin că prezentarea mai întâi a concluziilor, iar apoi oferirea exemplelor lipsesc elevii de plăcerea de a descoperi noul în mod individual. De ce nu ați prezenta mai întâi exemplele, iar apoi să le solicitați elevilor să generalizeze cele prezentate și să elaboreze concluzii ? Astfel, veți spori interesul elevilor și le veți menține interesul pe tot parcursul activității. Mai mult decât atât, asemenea activități contribuie mult la dezvoltarea abilităților de analiză și sinteză.
- **Satisfaceți nevoile elevilor.** Satisfacerea nevoilor este o metodă primară de menținere a interesului elevilor și a stării lor de bine. Identificați nevoile cele mai importante pentru fiecare elev și încercați să țineți cont de asta.
- **Utilizați emoțiile pozitive pentru a crește productivitatea și motivația.** O memorie bună și de lungă durată este în relație directă cu starea emoțională trăită de subiect în momentul memorării, susțin psihologii. Astfel, elevii învață mai bine atunci când învățarea este „acompaniată” de emoțiile plăcute. Utilizați umorul, atunci când e cazul, dar nu exagerați. Stabiliți relații pline de afecțiune atât între dvs. și elevi, cât și între colegi.

#### **Bibliografia :**

1. Felea, Gheorghe – *Alternativele educaționale din România*, Editura Triade, Cluj-Napoca, 2002
- Steiner, Rudolf – *Antropologie generală*, Editura Triade, Cluj-Napoca, 2001
2. Montessori, Maria – *Descoperirea copilului*, EDP, București, 1977
3. Rădulescu, Mihaela Șt. – *Pedagogia Freinet. Un demers inovator*, Editura Polirom, Iași, 1999
4. Landsheere, G. – *Istoria universală a pedagogiei experimentale*, E.D.P., București, 1995

# **FIRMA DE EXERCIȚIU, ACTIVITĂȚI ȘI PRACTICĂ DE SPECIALITATE PENTRU ACOMODAREA CU FIRMA REALĂ**

Prof. gr. I Aurora Oprea  
Liceul Tehnic Buzău

Firma de exercițiu conferă oportunitatea de a aprofunda prin aplicații practice conținuturile dobândite în însușirea noțiunilor teoretice de către elevi, viitori antreprenori, angajați ai firmei de exercițiu. Activități ca într-o întreprindere în firma de exercițiu, transmiterea interdisciplinară a cunoștințelor este impusă de sarcini de lucru multiple care se desfășoară în cadrul societății. Este o metodă orientată spre acțiune și spre rezolvarea de probleme, centrată pe elev, pe nevoile lui viitoare.

Pentru profesor, în calitate de îndrumător, firma de exercițiu reprezintă o provocare majoră, fiind nevoit să aibă cunoștințe din mai multe domenii: de specialitate, economice și informatice, să colaboreze cu colegii de catedră și să dețină o bună cultură generală.

O parte importantă a firmei de exercițiu, pe lângă faptul că permite elevilor să pună în aplicare cunoștințele teoretice pe care le-au învățat la clasă, este și obișnuirea acestora cu asumarea responsabilității pentru deciziile pe care le iau sau pentru acțiunile pe care le fac, în concordanță cu cerințele firmei lor. Ei vor învăța să rezolve probleme ce apar pe parcursul activității în firmă, probleme cu care nu s-au întâlnit, prelucrează cazuri de afaceri și singuri dar și în echipă, utilizează în practică noțiunile economice (achiziții, vânzări, marketing, contabilitate, informatică, limbi moderne, management etc.), identifică oportunitățile apărute pe piața economică pentru anumite produse sau servicii, participă la derularea unor procese tipice în firme, care copiează situațiile reale. Învăță să elaboreze un plan de afaceri, să respecte pașii ceruți și structura impusă, să dezvolte singuri fiecare etapă din implementarea unui plan. Vor adăuga astfel li abilități de planificare, cerința primordială pentru un manager de succes. Vor avea de înfruntat situații de negociere, de conflict cu angajații, de comunicare asertivă, acestea fiind calități obligatorii pentru a se putea adapta la mediul antreprenorial, la respectarea unor termene, target-uri sau situații competiționale.

Astfel, viitorii angajați în firme moderne își formează deprinderi și abilități, își însușesc competențe cheie, cum ar fi capacitatea de a lucra în echipă, gândire interdisciplinară, competențe de comunicare și relaționare instituțională. Cu toate acestea, obțin abilități profesionale, o flexibilitate necesară pe piața muncii și pot descoperi o afinitate față de un anumit loc de muncă. Competențele însușite în cadrul metodei firma de exercițiu pot duce la reducerea perioadei de început la un loc de muncă, acomodarea cu sarcinile înscrise în fișa postului, practic ei știu din timp ce vor avea de făcut, idee agreată de angajatori.

Prin firmele la care lucrează în școală, elevii pun în scenă activități reale într-un cadru atractiv, creativ și interactiv și participă benevol și foarte motivați la propria lor formare, se adaptează mai rapid la cerințele mediului de afaceri, se dezvoltă personal și profesional, fiind mai motivați să reușească.

Înțelegerea conceptului de firmă de exercițiu îi va putea oferi elevului o învățare activă, o practică bună, ușurându-i acestuia tranziția de la școală la viața activă cum arată și unul dintre modulele de practică din clasa a X-a, pregătindu-i parcă pentru a utiliza metoda.. Elevii de liceu, clasele a XI-a și a XII-a au posibilitatea să-și testeze aptitudinile de întreprinzător și capacitatea de a dezvolta o idee de afacere, cochetând cu propriile-i decizii în procesul de instruire din cadrul unei firme de exercițiu.

Rezultatul general al învățării prin metoda „firma de exercițiu” îl poate reprezenta pe de o parte dezvoltarea spiritului antreprenorial și competițional prin familiarizarea elevilor cu activitățile practice obișnuite în firmele reale, pe de altă parte îl reprezintă și simularea tuturor operațiilor și procedeele economice specifice mediului real de afaceri. Pe lângă acestea se dezvoltă în cei doi ani de practică prin activitățile simulate competențe și atitudini necesare unui întreprinzător modern, dinamic exprimate prin creativitate, inițiativă, perseverență, flexibilitate, gândire critică, asumarea responsabilității și a deciziilor luate, autoorganizare.

Obiectivul principal al metodei este reprezentat de modul de pregătire al elevilor pentru integrarea pe piața muncii și dobândirea competențele necesare pentru a deveni independenți financiar adaptându-se la cerințele primului loc de muncă. Ei învață să-și dezvolte firme noi, să formuleze obiecte de activitate care corespund nevoilor actuale, să poată crea locuri de muncă și să aducă valoare adăugată în comunitățile economice din care provin.

Au conținut bogat și multe concepte teoretice, unde nu poate fi lăudați pentru munca proprie, nu pot să testeze într-un mediu foarte diferit de realitate, ce presupune o afacere, dar pentru asta a apărut conceptul austriac de „*firmă de exercițiu*” care, la noi a fost implementat cu un real succes.

De mare atracție în orele dedicate firmelor de exercițiu sunt planurile de marketing, cercetările de marketing și crearea propriu zisă a materialelor promoționale, a cataloagelor pentru oferta firmei și altor materiale care solicită creativitatea.

Un alt plus pe care îl reprezintă metoda în sine, îl constituie modul transdisciplinar

Prin asemenea inițiative, cei care își doresc deschiderea unei afaceri în viitor, pot vedea, încă din școală, cam ce presupune acest lucru. La orele dedicate firmelor de exercițiu, pot beneficia de prezența unor persoane care au o afacere reală și care pot îndruma sau răspunde la multe dintre întrebările pe care le au tinerii viitori antreprenori. Unii mentori pot ajuta la creșterea și dezvoltarea reală a unei afaceri pentru început de drum în business.

Exista, pe lângă procedura deschiderii unei firme de exercițiu, și un concurs al târgurilor pentru firmele create de ei, locuri ideale pentru a schimba experiențe, a cunoaște și realitatea altor colegi, la fel de implicați și dornici de reușită. Târgurile sunt momentele ideale pentru aceste întâlniri, elevii au ocazia de a arăta tuturor ce calități au dobândit, cât de implicați sunt, cât de repede își fac relații de afaceri sau de prietenie și mai ales, atitudinea promovată de ei într-un mediu concurențial. Este o expoziție de talente, de îndemânare, de apogeu al realizărilor personale. Sunt puse în scenă și

alte calități la aceste târguri, simțul artistic și îmbinarea frumosului cu utilul, deoarece se pune accent pe aspectul produselor și prezentarea firmelor; spiritul de asociere și foarte multă comunicare.

Tot la târgurile de firme se pun bazele relațiilor de tranzacționare, se conving de nevoia de a cunoaște mai mulți parteneri în afaceri, de a afla cât de bine se descurcă singuri și ce limite pot atinge în munca lor. Acestea sunt premise ale unei mai bune inserții pe piețele economice ale specialiștilor în domeniu, aici elevii de 17 ani află că întotdeauna este nevoie de mai mult efort și că se poate mai bine, aici se disting de ceilalți sau se identifică cu ceea ce fac, sunt stimulați de obținerea unui premiu, ceea ce reprezintă o recunoaștere a muncii individuale și în echipă. Nimic nu se compară cu bucuria de obține satisfacții după foarte multă muncă depusă, după asumarea unor decizii de moment sau de lungă durată, de fapt ideea de bază e că ei înțeleg că numai muncind mult, eficient, respectând reguli.

Poate ca cel mai important moment în rezolvarea sarcinilor de lucru ale elevilor în cadrul firmei de exercițiu este cel legat de responsabilități, asta înseamnă răspunderea pentru utilizarea competenței formale asociate unui post, care se reflectă în revederile ansamblului de recompense și penalizări pentru fiecare post. Raționalitatea unui post și, implicit, eficacitatea muncii depuse de titularul său sunt condiționate într-o măsură hotărâtoare de corelarea judicioasă a sarcinilor, competențelor și responsabilităților. Este ceea ce numim „triunghiul de aur” al organizării. Cercetările întreprinse de numeroși specialiști din țară și de peste hotare au evidențiat că o bună parte din dificultățile cu care sunt confruntate numeroase firme sunt generate, în ultimă instanță, de nesincronizarea integrală a sarcinilor, ca expresii operaționale ale obiectivelor individuale, competențelor și responsabilităților circumscrise posturilor. Supra sau subdimensionarea unei componente organizatorice determină ruperea echilibrului organizatoric al postului, ceea ce se reflectă în nerealizări sau îndepliniri parțiale de sarcini, irosirea de resurse, abuzuri de putere, situații conflictuale ș.a. Totalitatea posturilor care prezintă aceleași caracteristici principale formează o funcție. În funcție de natura și amploarea obiectivelor, sarcinilor, competențelor și responsabilităților se deosebesc două tipuri principale de funcții: manageriale și de execuție. Funcția managerială se caracterizează printr-o sferă mai largă de competențe și responsabilități referitoare la obiectivele colectivului condus, care implică sarcini de previziune, organizare etc. a activității altor persoane. Funcțiilor manageriale le sunt decisespecifice atributele de prevedere, organizare, coordonare, antrenare și evaluare-control, ce se reflectă în luarea de decizii referitoare la munca altor persoane. Funcția de execuție se caracterizează prin obiective individuale limitate, cărora le sunt asociate competențe și responsabilități mai reduse, sarcinile încorporate neimplicând luarea de decizii privind munca altor titulari de posturi.

Aplicarea de către elevi a conceptelor și metodologiilor însușite la disciplinele de specialitate prin metoda firmei de exercițiu reprezintă întocmai dobândirea de cunoștințe practice în domeniu. Etapele de lucru practic reprezintă o primă etapă în procesul prin care viitorul absolvent se confruntă cu cerințele practice ale domeniului în care își va desfășura activitatea după absolvire.

Formarea viitorilor specialiști în domeniul economic, cu accent pe cunoștințele de management, acomodarea cu climatul de muncă din cadrul firmelor, cu prioritate mici și mijlocii, cu rigorile și



cerințele potențialilor angajatori, conduc la o mai facilă inserție a absolvenților pe piața muncii românești.

Bibliografie:

1. <http://www.roct.ro/>
2. <http://www.tvet.ro/index.php/ro/curriculum/153.html>
3. Ghidul metodologic „Firma de exercitiu – cea mai buna practica!”
4. <http://www.tribunainvatamantului.ro/firma-de-exercitiu-suport-in-dezvoltarea-spiritului-antreprenorial/>

## MANAGEMENT PENTRU ÎNTREPRINZĂTORI

Prof. Șarban Nicoleta Grațîela  
Colegiul Economic “Mihail Kogălniceanu “ Focșani

### *1. Întreprinzătorii și oportunitățile de afaceri*

Întreprinderea ia naștere și se dezvoltă ca urmare a predispoziției întreprinzătorului de a scruta mediul și de a sesiza oportunitățile de afaceri precum și strategiile cu ajutorul cărora le poate valorifica la momentul potrivit , chiar dacă nu controlează toate resursele. Se consideră că oportunitatea poate fi definită ca o posibilitate atractivă, durabilă apărută la momentul potrivit, de a realiza un produs, un serviciu, sau o tranzacție apreciate de clienți.

Pentru a putea fi transformată într-o afacere de succes , oportunitatea trebuie să îndeplinească o serie de condiții:

*Prima condiție* o constituie posibilitatea de a da naștere unei afaceri cerute de piață, al cărei potențial corespunde valorilor și scopurilor . Potențialul de dezvoltare se referă la cota de piață care poate fi cucerită și ca urmare la dimensiunea veniturilor care pot fi obținute .

În mediile foarte dinamice și mai puțin favorabile riscul este mare. Întreprinzătorul trebuie să-și aleagă momentul de valorificare a oportunității corespunzător scopurilor și aptitudinilor sale, precum și orizontului de timp în care dorește să se dedice afacerii.

*A doua condiție* pentru ca oportunitatea să fie considerată atractivă este aceea că profitul estimat a se obține din afacerea lansată pe baza ei să justifice capitalul și timpul care trebuie investite fiind superior costurilor lor de oportunitate. Acest lucru depinde de capitalul necesar, de intervalul de timp după care urmează a se atinge pragul de rentabilitate , de riscurile care trebuie asumate și de existența unor alternative de utilizare a timpului și capitalului.

*A treia condiție* a atractivității oportunității depinde de posibilitatea menținerii în timp a profitabilității afacerii lansate pe baza ei. În timp, profitabilitatea afacerii poate scădea sau dispărea din cauza unor factori interni sau externi. În scopul reducerii gradului de risc asociat afacerii și adoptării măsurilor de anihilare sau de reducere a efectelor lor negative , trebuie previzionată apariția acestor factori și momentul în care ea are loc.

*A patra condiție* pe care trebuie să o îndeplinească oportunitatea pentru a putea fi considerată atractivă o reprezintă posibilitatea de dezvoltare, diversificare și integrare a afacerii inițiate pe baza ei. Având în vedere gradul mare de risc și incertitudine asociat afacerilor antreprenoriale întreprinzătorul trebuie să beneficieze de o mare flexibilitate, putând alege dintre mai multe variante atunci când este vorba despre utilizarea resurselor și tehnologiilor , stabilirea colaborărilor și strategiei.

*A cincea condiție* a atractivității oportunității observate de întreprinzător este aceea ca produsele sau serviciile care se realizează să le fie într-adevar necesare consumatorilor, în ceea ce privește prețul, fiabilitatea, calitatea. Este absolut necesar ca întreprinzătorul să stabilească cu obiectivitate dacă produsele pe care dorește să le realizeze oferă avantaje reale consumatorilor și care sunt acestea.

Trebuie de asemenea să estimeze durata și eforturile necesare pentru atingerea nivelului dorit al vânzărilor.

Prin urmare, pentru a lua decizia de a iniția sau nu o afacere prin valorificarea oportunității sesizate, întreprinzătorul trebuie să o analizeze pentru a stabili dacă este atractivă sau nu, ce resurse și ce strategii sunt necesare pentru a o valorifica. Dacă întreprinzătorul consideră că oportunitatea este atractivă și valorificarea ei fezabilă, întreprinderea va fi înființată. Dacă nu, el va relua procesul de analiză a mediului, pentru identificarea unei alte oportunități.

Spiritul antreprenorial reprezintă acea abordare a managementului caracterizată prin realizarea de valoare nou creată, ca urmare a asumării riscului calculat de a valorifica oportunitățile sesizate, indiferent de resursele controlate. Este un act uman caracterizat prin talentul de a sesiza oportunitatea de afaceri și modalitățile prin care poate fi valorificată acolo unde alții nu văd decât haos, contradicție și confuzie, de a procura și pune în mișcare resursele necesare și de a repartiza valoarea creată în mod corect și motivant.

Pentru a avea succes, întreprinzătorul trebuie să fie vizionar, pasionat și optimist, să aibă talentul de a-și transmite entuziasmul și încrederea în succes partenerilor, clienților, furnizorilor. Trebuie de asemenea să fie dispus să-și asume riscuri financiare și personale calculate, să aibă talentul de a crea un climat creativ, inovativ și să manifeste consecvență în finalizarea demersurilor în care se lansează.

Aceste caracteristici comportamentale trebuie menținute chiar și atunci când întreprinderea se dezvoltă. În caz contrar, flexibilitatea, principalul avantaj concurențial al întreprinderilor mici și mijlocii este amenințată.

## *2. Cultura organizațională și climatul organizațional*

Scopul oricărei întreprinderi este mai întâi unul de natură economică, de aceea, preocuparea prioritară se îndreaptă spre maximizarea rezultatelor. Însă, practica a demonstrat faptul că efectele performante ale activității tehnico-productive se obțin în anumite condiții ale climatului organizațional care favorizează valorificarea potențialului uman și competiția între lucrători, grupuri și colective. Climatul organizațional desemnează totalitatea caracteristicilor sociale ale interacțiunii diferitelor colective de muncă în cadrul întreprinderii, mediul social-organizațional în care fiecare colectiv de muncă își duce activitatea.

## *3. Planificarea strategică – o condiție a eficienței activității întreprinderii*

Planificarea strategică este o etapă a procesului antreprenorial care urmează evaluării oportunității dacă se decide valorificarea sa. În cadrul ei, întreprinzătorii stabilesc scopurile și obiectivele pe care le urmăresc, precum și modalitățile viitoare de acțiune, la nivel de întreprindere și la nivelul componentelor acesteia, menite să contribuie la atingerea obiectivelor, la diferențierea față de concurenți și la obținerea avantajului competitiv.

Planificarea activității antreprenoriale este cu atât mai importantă cu cât caracterul resurselor este limitat, iar mediul se caracterizează prin instabilitate. Pierderile care pot apărea ca urmare a neadaptării la modificările neașteptate ale mediului le pot aduce prejudicii mult mai grave întreprinderilor mici decât celor de dimensiuni mari.

## *4. Profilul întreprinzătorului*

Un întreprinzător de succes are următoarele caracteristici:

- ❖ Asumarea riscului
- ❖ O bună opinie despre propria persoană și încredere în propriile forțe
- ❖ O bună calificare, cunoștințe și experiență într-un anumit domeniu sau chiar talent
- ❖ Ambițios și hotărât în urmărirea obiectivelor fără să fie stresat de acestea
- ❖ Curiozitate, creativitate și capitalizarea ideilor altora
- ❖ Bune abilități comunicaționale cu angajații, clienții, partenerii de afaceri
- ❖ Nu caută evitarea conflictelor, abordând o manieră deschisă
- ❖ Rațional, obiectiv, responsabil, consideră întreprinderea o activitate serioasă acordându-i o importanță maximă
- ❖ O mare nevoie pentru realizări și satisfacții personale
- ❖ Energic, sănătos și cu o mare capacitate de muncă
- ❖ Dispune de arta de a vinde și de a-și promova propriile produse și servicii

- ❖ Entuziast, având capacitatea de a –și motiva subordonații
- ❖ Accepta înfrângerea având capacitatea de a învăța din greșelile sale și ale altora, și de a o lua de la capăt
- ❖ Își cunoaște atuurile și punctele slabe
- ❖ Dispune de calități manageriale, spirit de organizare și putere de decizie, orientare spre profit, și aptitudini de lider
- ❖ Spirit de independență
- ❖ Se bucură de sprijinul familiei
- ❖ Optimist dar în același timp realist
- ❖ Flexibil, cu o mare putere de adaptabilitate, receptiv la schimbări
- ❖ Spirit de inițiativă, se bucură de o bună reputație, iar banii nu constituie motivația principală
- ❖ Personalitate puternică, echilibrat.

În concluzie, întreprinzătorul reprezintă cheia succesului în crearea și dezvoltarea cu succes a unei întreprinderi mici și mijlocii. El este persoana care percepe oportunitățile pieței și care dispune de motivația și calitățile necesare pentru a mobiliza și combina resursele în direcția fructificării oportunităților.

## **BIBLIOGRAFIE**

1. John Kotter, Dan Cohen, *Inima schimbării*, Ed. Meteor Press, București, 2008
2. Lavinia Rașcă , *Succesul întreprinderilor mici și mijlocii*, Ed. Tehnică, București, 1998
3. Cătălina Bonciu, *Instrumente manageriale psihosociologice*, Ed. All Beck, București, 2000

# Antreprenor pe platforma eTwinning

Moricz Judith  
Colegiul Tehnic Napoca

*„Trăim într-o epocă a globalizării. Patrimoniul cultural ne ajută să ne amintim cât de diverși suntem, contribuie la formarea relațiilor de respect reciproc, este o constantă a vieții noastre, care așteaptă să fie descoperită, împărtășită și conservată pentru binele tuturor.” Kornélia Lohyňová*

Antreprenoriatul este un mod de viață pentru că susține viața personală sau a familiei la fel ca orice profesie pe care elevii sunt puși să o aleagă pentru a se pregăti pe parcursul anilor de școală. A nu mai aștepta să te angajeze cineva, a începe să crezi mai mult în șansele tale de reușită pe cont propriu sau în echipă, toate acestea sunt un punct de plecare în construirea unui demers didactic care poate să includă noțiuni de la discipline foarte diferite, dar care împreună pot face viața de elev mult mai plăcută.

Educația antreprenorială își propune să îi ajute pe tineri să-și formeze competențele de care au nevoie în sfera vieții private și a celei profesionale. Aceste competențe cheie pot fi predate și trebuie integrate în disciplinele școlare din toate ciclurile de învățământ. Spiritul antreprenorial se manifestă în clipa în care acționăm asupra oportunităților și ideilor noastre pentru a le transforma în valoare pentru alții.

Astăzi doar elevi, mâine cunoscuți și buni antreprenori – este un deziderat pe care îl auzim și în care vrem să credem că investim mai mult cu fiecare zi de școală, indiferent de nivelul de studiu, pentru că în viitorul apropiat și îndepărtat, fiecare absolvent de școală va fi nevoit să aibă abilități cât mai multe și diverse pentru a reuși.

Ideile de afaceri născute pe băncile școlii ar fi bine să fie cât mai mult discutate, analizate și, de ce nu, promovate. Să nu uităm scopul principal al formării de competențe cheie, unde se regăsește și competența antreprenorială, tocmai pentru că numărul antreprenorilor din România și Uniunea Europeană este încă foarte mic raportat la numărul de persoane active pe piața muncii. Competențele de înființare și conducere a unei firme mai mici sau mai mari sunt atât de necesare într-un mediu concurențial puternic, atât pe piața muncii, cât și pe cea a produselor și serviciilor. Necesitatea consumării și deci de realizare de produse cât mai bune și mai ieftine fac din școală un mediu propice de pregătire a viitorilor antreprenori.

Proiectele derulate în școală în cadrul programele eTwinning, Erasmus+ și altele ce au o importantă conotație antreprenorială sunt mult mai atractive pentru elevi și părinți și cu impact social și economic pe termen lung. Un mediu economic stabil ce își are rădăcinile în pregătirea la școală a afacerilor ce vor susține educația pe viitor prin plata de impozite și taxe către buget reprezintă cheia către un succes sigur pentru toți factorii de interes în zona educației.

Având în vedere că un volum tot mai mare de trafic online se bazează pe materialele aflate pe internet, ne-am propus să-i provocăm elevii noștri să realizeze propriile firme în domeniul de pregătire, Turism și alimentație, popularizând aceste firme create, colaborând cu elevi din comunitatea europeană, realizând afaceri virtuale, pe baza negocierilor derulate.

eTwinning le permite elevilor să ia contact direct cu alte culturi, cu o ușurință fără precedent. Colaborarea internațională din timpul perioadei de formare îi încurajează pe elevi să vadă lucrurile din perspective diferite. Pe măsură ce elevii dobândesc înțelegere interculturală, învață să-și valorifice atât propria cultură, limbă și credință, cât și pe cele ale celorlalți.

Tranziția digitală transformă aproape toate aspectele vieții noastre, într-un ritm cu care este greu să ținem pasul. Toată lumea trebuie să dobândească noile abilități și competențe, necesare pentru a profita de oportunitățile care ni se deschid. Pe lângă faptul că aproape toate meseriile presupun competențe digitale, aproape toți au nevoie de un nivel de bază al acestor competențe pentru a trăi, a învăța, a comunica și de a participa în societate. Educația are un rol fundamental aici. Aceasta înseamnă că, pe lângă a le facilita eforturile de alfabetizare digitală, avem datoria de a ne asigura că au la îndemână o busolă morală când navighează în universul online. Astfel, ei vor putea interacționa online cu mediul de afaceri și cu comunitatea într-o manieră productivă și reciproc avantajoasă.

Proiectele eTwinning permit profesorilor și elevilor să facă schimb de experiență și să învețe unii de la alții. eTwinning reprezintă o experiență de învățare puternică, oferind elevilor ocazia de a participa la proiecte educative de colaborare. Prin intermediul proiectelor eTwinning, elevii învață să participe la dezbateri pe teme care ne afectează pe toți, să-și exprime opiniile, să-i asculte pe alții, să voteze și să-i influențeze pe alții.

Proiectul *“Let’s Mind Our own Business”* poate constitui o sursă de inspirație pentru dumneavoastră și elevi. Proiectul de mai jos s-a derulat în anul școlar 2017-2018.

Profesor eTwinning, școala: Moricz Judith, Colegiul Tehnic Napoca, RO

Școli (țări) partenere: 6 școli (2 școli din Ungaria, 2 școli din România, Turcia, Italia)

Vârsta elevilor: 16 - 20 ani

TwinSpace: <https://twinspace.etwinning.net/48815>

Proiectul de educație antreprenorială *“Let’s Mind Our own Business”* a avut ca obiective specifice: învățarea în medii colaborative online, identificarea oportunităților de dezvoltare profesională oferite prin Acțiunea eTwinning; transferul de bune practici prin cooperarea interșcolară; dezvoltarea competențelor de comunicare într-o limbă de circulație internațională și de utilizare a tehnologiei informaționale; realizarea unui proiect educațional eTwinning în parteneriat cu alte școli din rețea.

Activitățile proiectului:

- 1. Welcome - kwl table, introducere, cv, brainstorming
- 2. Setting up your own company – ideea de afacere, logo-slogan, portofoliul firmei, votare cel mai bun slogan-logo, calendar advent, oferte de crăciun, evadare în vacanță, chestionar
- 3. Business together - business email, negociere (skype, chat), produse create împreună
- 4. Project closure – ziarul proiectului, kwl table.

1. În etapa *Welcome* al proiectului de antreprenoriat s-au derulat următoarele:

- Activitatea *“Introductory trading cards”* – O primă activitate desfășurată în cadrul proiectului de educație antreprenorială *“Let’s Mind Our Business”* s-a derulat sub auspiciile întâlnirilor virtuale când elevii participanți în proiect, s-au prezentat precizându-și poziția geografică pe harta Europei. În cadrul acestei activități elevii au creat propriul card de prezentare, (<https://bighugelabs.com/deck.php>) incluzând o poză și o scurtă descriere personală. Cardurile realizate s-au încărcat pe un *padlet* construit pe platforma proiectului etwinning.
- Activitatea „kwl table” – în cadrul acestei activități elevii implicați în proiect și-au promovat ideile de afacere postându-le pe platforma linoit.com
- Activitatea *“Brainstorming”* - Apoi, activitatea proiectului a continuat cu un brainstorming legat de succesul în afaceri, elevii completând pe [www.menticom](http://www.menticom) cod 779601 răspunsurile la întrebările legate de importanța banilor, creativității, ideilor originale, muncii în echipă, planificării, flexibilității, umorului, în succesul unei afaceri. Echipa proiectului a poziționat pe primele locuri banii, creativitatea și munca în echipă. Rezultatul răspunsurilor s-a postat pe siteul proiectului.
- Activitatea *“Curriculum vitae”*- elevii au întocmit în limba engleză un CV respectând cerințele modelului european, exersându-și astfel cunoștințele în limba engleză și învățând să valorizeze experiențele profesionale și personale, în acord cu cerințele unui post. CV-urile au fost create în Google drive și s-au descărcat în *files* pe pagina proiectului *Let’s mind our own business*.

2. Etapa *Setting up your own company* s-au derulat activitățile specifice antreprenoriatului

- Activitatea *“Ideea de afacere”* - După parcurgerea primelor etape în inițierea unei afaceri, identificarea ei, realizarea elementului de identitate profesională-CV-ul, abordarea creativă a perspectivelor unei afaceri, s-a demarat procesul de înființare propriu-zisă a acestora. Elevii Colegiului Tehnic Napoca, având specialitatea Turism și alimentație au creat trei firme cu domeniul de activitate în formarea lor profesională, o pensiune, o firmă de evenimente și o firmă de transporturi. În cadrul parteneriatului eTwinning s-au înființat 22 de firme în diferite domenii.
- Activitatea *“Imagina firmelor”* - Fiecare firmă nou creată, de către elevi, a construit un logo și a creat un slogan care să reprezinte domeniul de activitate și să crească atractivitatea companiei. Toate aceste elemente de identitate vizuală a firmei s-au încărcat pe un *padlet* al proiectului.

Elementele de identitate vizuală a firmelor create de către elevii colegiului Tehnic Napoca, sunt:

- Firma de transporturi: Plan@Travel Slogan: Wishes become true with us! Logo :





- Firma de organizare de evenimente: Premium Event Slogan: The best eventS! Logo :



- Pensiune turistică: Edelweiss Guesthouse Slogan: Let us to guest you! Logo
- Activitatea ” Votarea celui mai bun slogan-logo” – în cadrul acestei activități, Elevii au apreciat imaginile firmelor create în cadrul proiectului. Prin etapa de votare, în aplicația tricider s-a realizat analiza imaginilor create, modul de utilizare al aplicațiilor folosite, creativitatea fiecărei echipe și nu în ultimul rând identificarea domeniilor firmelor create. Astfel au realizat și importanța acestui mod de promovare a unei afaceri.
- Activitatea ” Oferta de crăciun” - ajungând în perioada sărbătorilor de iarnă fiecare firmă a creat o ofertă tematică în domeniul în care activează firma constituită.
- Activitatea ” Portofoliul firmei” - fiecare firmă a introdus activitățile din cadrul proiectului într-un portofoliu creat pe *google drive* exprimând și păreri proprii legate de activitățile derulate. Au realizat un **jurnal** al firmei create cu feedbackul fiecărui membru al echipei.
- Activitatea ”Evadare în vacanță” - elevii au putut evada din lumea afacerilor în vacanță... doar dacă au rezolvat un test din cuvinte încrucișate, puzzle, coduri în tematica proiectului. Cheia rezolvării era să cunoască domeniile de afacere, localitățile școlilor partenere, titlul proiectului. A fost o provocare îndrăgită de elevi.
- Activitatea ”Chestionar de experiențe dobândite” - s-a creat un **Google survey** legat de activitățile derulate, în care s-au regăsit feed-back-urile elevilor implicați în activitățile proiectului.
- Activitatea ”Calendar advent” - Surpriza lunii decembrie a fost calendarul advent, cu poze din cadrul proiectului. S-a realizat un calendar unde, pentru fiecare zi s-a înserat câte o poză care evidențiază activitățile din cadrul proiectului, așteptând cu nerăbdare inserarea pozelor cu activitățile desfășurate de echipa noastră.

Înainte de vacanță, am trimis felicitări pentru sărbători cu pozele elevilor participanți în proiect felicitări și am așteptat cu emoții felicitările poștale de la partenerii noștri.

### 3. Etapa Business together cuprinde

- Activitatea ”negociere” După analiza domeniilor de activitate create în cadrul proiectului au început emailurile de colaborare. Metodele de negociere erau prin email, chat și skype. Firmele de la Colegiul Tehnic Napoca au colaborat cu firme din Ungaria (Budapesta și Nyiregyhaza) și Beclean.
- În cadrul acestei colaborări, firmele create de către elevi și-au împărțit sarcinile privind materialele care se vor realiza, astfel:

Premium Event, firmă de organizare evenimente au realizat programul evenimentului pentru Valentine's day iar, firma LEDD, firmă de produse handmade au realizat invitațiile și cadourile specifice pentru Valentine's day. Elevilor le-a plăcut foarte mult această colaborare, s-au antrenat atât în negocieri cât și realizarea produselor.

O altă colaborare de succes, a fost și cea dintre Plan@Travel cu Revelation Network. Revelation Network fiind o firmă care oferea servicii de IT, a construit un site pentru a promova firma Plan @Travel. Elevii Colegiului Tehnic Napoca au realizat pentru ei o ofertă turistică, din partea firmei de transporturi.

Edelweiss Guest House și Iron World au creat o ofertă comună pentru a promova împreună produsele celor două firme. Am lansat ideea *Home Line* cu articole textile tradiționale expuse împreună cu obiecte decorative din fier forjat.

4. În etapa Project closure s-au adunat toate activitățile proiectului într-o aplicație *symboloo*, care permite accesarea tuturor activităților desfășurate în cadrul proiectului.  
<https://www.symboloo.com/mix/petrikproject>.

Symboloo este o aplicație bazată pe cloud, care permite organizarea și distribuirea unor resurse digitale într-un mediu online personalizat și sigur. Ușurează accesarea rapidă a conținutului potrivit la locul potrivit la momentul potrivit. Se pot stoca și distribui pe web site-uri, videoclipuri, documente și orice altceva. Acesta este disponibil întotdeauna de la orice dispozitiv (telefon, tabletă, alt laptop, calculator). Linkurile plasate în grupul de celule Symboloo „Let's mind our own business” conțin: aspecte teoretice privind formarea spiritului antreprenorial, promovarea afacerilor, aplicații practice în care se regăsește modul de colaborare internațional al elevilor. Symboloo „Let's mind our own business” este o bibliotecă de linkuri teoretice și practice pe tema antreprenoriatului în secolul 21. Pagina symboloo pe tema

antreprenoriatului, este foarte actuală și utilă deoarece elevii preferă tot mai mult informația pe suport digital, față de informația tipărită. Crearea unui suport de e-learning, în care să fie prezentate informațiile în format multimedia, accesibilă tuturor elevilor este mai potrivită pentru mintea „generației digitale”, adică pentru elevii de astăzi.

Un alt rezultat al proiectului, este *ziarul proiectului*, în versiune electronică, unde s-au centralizat activitățile de colaborare între firmele create, și unde au fost surprinse atât metodele de negociere cât și produsele colaborării.

<https://docs.google.com/document/d/1sLqHzK5vgZQ538iJNuns1ru2Lzyg4jzNRko2XAUqS64/edit?usp=sharing>

Elevii implicați în derularea acestui proiect și-au îmbogățit orizontul de cunoaștere antreprenorială, lingvistică și de utilizare a platformelor educaționale, și-au dezvoltat abilitățile de comunicare, au dezvoltat relații parteneriale între școli aparținând spațiului educațional european.

Doresc să mulțumesc tuturor profesorilor și elevilor care au participat la acest proiect, precum și întregii comunități eTwinning. Aceasta a reușit să aducă încă o contribuție de valoare, concretă, la demersul de a-i ajuta pe tineri să-și găsească locul în societate și să-și gestioneze propria viață.

## Bibliografie

1. Growing Digital Citizens: developing active citizenship through eTwinning.
2. eTwinning Book: “Building a culture of inclusion through eTwinning”
3. <https://www.etwinning.net/ro/pub/highlights/etwinning-combining-entrepren.htm>
4. Junior Achievement Romania (2008). *Economics for Leaders*. București.
5. Ghiță, Paul Tănase (2006). *Manual Economie*. București: Editura Economică.

# PROMOVAREA ACTIVITĂȚILOR ANTREPRENORIALE ÎN DOMENIUL SPORTIV

Prof.Sonea Maria  
Liceul Tehnologic „Ion Barbu,, Giurgiu

Importanța procesului antreprenorial într-o țară este foarte mare prin prisma efectelor pe care acesta le are asupra economiei țării respective. În țările în care fenomenul antreprenorial este puternic, acest lucru este reflectat într-o bunăstare mai mare pentru cetățenii acelei țări.

În orice economie, încurajarea apariției și dezvoltării de noi afaceri este importantă, deoarece:

- Generează cea mai mare parte a produselor și serviciilor necesare consumatorilor din cadrul unei țări;
- Oferă un număr însemnat de locuri de muncă pentru locuitorii țării respective;
- Contribuie semnificativ la valoarea adăugată brută a economiei;
- În economiile dezvoltate, în care nivelul de trai al populației este ridicat, numărul și puterea economică a IMM-urilor este mare;
- Nivelul de trai al cetățenilor depinde de nivelul rezultatelor obținute de IMM-urile din țara respectivă;
- Contribuie la susținerea mecanismului concurențial. IMM-urile creează premise de dezvoltare de noi produse și servicii, de calitate mai bună și la prețuri mai mici;
- Răspund rapid nevoilor consumatorilor. Datorită flexibilității și adaptabilității mai mari a IMM-urilor, acestea se îndreaptă rapid spre nișele pieței;
- Spiritul creativ-inovativ se manifestă în condiții optime în cadrul IMM-urilor;
- Ritmul de dezvoltare a IMM-urilor, este mai rapid decât cel al firmelor mari.
- Contribuie, uneori în proporții mari, la realizarea de produse destinate exportului;
- Au o contribuție importantă la obținerea veniturilor bugetare prin impozitele și taxele pe care IMM-urile alături de celelalte organizații le plătesc;
- Sunt esențiale pentru existența și funcționarea firmelor mari cărora le furnizează o parte importantă din subansamblele necesare realizării producției. Legătura există și în sens invers, adică multe din produsele finite realizate sau serviciile prestate de marile întreprinderi au clienți din zona IMM-urilor.

Antreprenoriatul este o sursă de inovare și schimbare, și ca atare stimulează creșterea productivității și a competitivității economice.

Majoritatea cercetărilor economice, psihologice și sociologice punctează faptul că spiritul antreprenorial este un proces și nu un fenomen static.

Antreprenorul este acea persoană capabilă să învingă obstacolele pentru punerea în practică a unei idei inovatoare în sectorul noilor produse și al noilor servicii.

Calitățile unui antreprenor de succes în concepția lui Marius Ghenea sunt:

- viziune;
- inteligență și creativitate;
- cunoașterea domeniului de activitate;
- perseverență și determinare;
- charismă și persuasiune;
- să poată lua decizii rapid și eficient;
- să găsească soluții acolo unde sunt probleme;
- fler antreprenorial;
- gândire pozitivă;
- pasiune pentru propria afacere;
- etică profesională;
- încredere în oameni;
- atitudine.

Pe lângă toate aceste calități, întreprinzătorii de succes trebuie să posede și o mare putere de muncă precum și o stare de sănătate care să le permită realizarea unor eforturi substanțiale în ceea ce privește consolidarea afacerii, mai ales în perioada de început a acesteia.

Într-o lume a schimbărilor extrem de rapide ca cea din zilele noastre, în care lupta pentru supraviețuire pe piață este atât de acerbă, există o caracteristică deosebit de importantă care trebuie să fie specifică organizațiilor. Aceasta este flexibilitatea. Numai având o mare flexibilitate o organizație poate face față cu succes ritmului tot mai accelerat al schimbărilor din mediul ambiant.

Micile afaceri create de antreprenori au demonstrat în timp că sunt mult mai flexibile decât întreprinderile mari.

Antreprenorii sunt cei care reușesc prin calitățile lor personale, prin capacitatea lor creativă și inovativă, prins multe schimbări implementate să facă ca ritmul de dezvoltare al întreprinderilor mici și mijlocii să fie atât de rapid în întreaga lume.

Viitorii antreprenori care doresc să creeze o afacere într-un domeniu, într-o zonă, trebuie să înțeleagă în primul rând mediul de afaceri local, și apoi pe cel național. Mediul local este format din agenți economici, (diverși ca mărime, dimensiune, mod de organizare, putere financiară), persoane fizice autorizate, instituții ale statului, gospodării ale populației, locuitori cu o anumită cultură, și legăturile care se stabilesc între acestea.

Mediul de afaceri trebuie înțeles atât înainte cât și după începerea unei afaceri.

Înainte de a începe o afacere, pentru viitorul antreprenor, mediul este o sursă de oportunități dar și de constrângeri. În mediu, la un moment dat, există oportunități care așteaptă să fie descoperite și valorificate. De ce unii oameni le descoperă și alții nu? Pentru că oamenii diferă în funcție de:

- nivelul și posibilitățile de informare;
- cunoștințele pe care le dețin;
- caracteristicile psihologice;
- nivelul de creativitate;
- abilități în abordarea problemelor și găsirea soluțiilor;
- strategiile folosite pentru a judeca rapid și eficient.

După crearea afacerii, mediul de afaceri trebuie în continuare analizat și înțeles deoarece:

- numai cunoscând ansamblul factorilor din mediul de afaceri care influențează o organizație și înțelegând mecanismul lor de acțiune putem să identificăm anumite oportunități pe piață sau putem să ne ferim de influențele nefavorabile ale acestor forțe;
- putem să realizăm anumite schimbări în cadrul organizației prin care să mărim capacitatea de adaptare la mediu a acesteia. Aceste schimbări se numesc schimbări de adaptare sau schimbări reactive. Numai afacerile care reușesc să se adapteze la caracteristicile mediului de afaceri pot să se dezvolte în viitor.
- cunoscând maniera de exercitare a forțelor din mediu de afaceri putem să anticipăm evoluția acestora în viitor și în acest fel să identificăm posibile schimbări proactive care odată realizate ar putea să ne confere o mulțime de avantaje;

Antreprenorul este important să înțeleagă mediul de afaceri și pentru că prin afacerile care se creează viitorii antreprenori pot contribui la dezvoltarea economico-socială la nivel local, la îmbunătățirea funcționării unor componente ale mediului, la generarea de noi oportunități pentru afacerile locale. Impactul noilor afaceri asupra dezvoltării locale este deosebit de puternic judecând după efectele pe care le generează pe plan economic, socio-cultural și de mediu:

- contribuie la valorificarea resurselor locale, unele dintre afaceri valorificând produsele secundare ale marilor companii;
- determină schimbări în structura internă a localităților urbane sau rurale, (modernizarea infrastructurii, apariția/dezvoltarea serviciilor, înnoiri edilitare, etc.);
- creează locuri de muncă și stabilizează populația;
- contribuie la creșterea nivelului de trai pentru o parte a populației locale.

Oportunități pentru o bună idee de afacere .

Pentru fiecare persoană există o mulțime de posibilități de a-și exploata spiritul antreprenorial într-o anumită afacere proprie. Aceasta poate alege între o mare diversitate de servicii pe care le-ar putea oferi potențialilor clienți, sau s-ar putea orienta spre o activitate de producție. Esențial însă în alegerea obiectului de activitate al unei firme, de către un antreprenor, considerăm că trebuie să fie:

- aptitudinile pe care le are, în special în domeniul de activitate al firmei;
- resursele de care dispune;
- interesul pe care-l manifestă pentru un anumit domeniu;
- cunoștințele și experiența acumulată într-un anumit domeniu;
- motivația de a realiza ceva anume.

Sursele pentru o idee bună de afacere sunt multiple. Acestea pot fi identificate pornind de la abilitățile pe care le are antreprenorul, de la profesia acestuia, de la cunoștințele lui profesionale, de la interesele și pasiunile, hobby-urile acestuia. Cele mai mari șanse de reușită există atunci când afacerea este inițiată într-un domeniu în care antreprenorul are deprinderi și în care îi face plăcere să muncească.

Pentru a găsi o idee bună de afacere, un viitor antreprenor poate folosi următoarele recomandări:

- În fundamentarea deciziei de a investi într-un anumit domeniu, este bine să se pornească de la pasiuni, interese și aptitudini. Pornind de la o însușire a pasiunilor, a intereselor, corelate cu aptitudinile pe care potențialii antreprenorii le au se poate ajunge la câteva idei interesante de afaceri. De exemplu, dacă o persoană îndrăgește foarte mult drumețiile, sportul poate să se gândească la înființarea unei afaceri în domeniul turistic, sportiv.

Se poate apela la diverse publicații. În foarte multe reviste, ziare, alte publicații se prezintă numeroase idei de afaceri. Există astfel publicații/ site-uri/ reviste economice sau de altă natură în care sunt prezentate, cu lux de amănunte, informații despre pașii de urmat precum și o estimare a resurselor necesare pentru demararea unei afaceri.

- Inspirația din ideile de succes ale altor persoane. Afirmatia că o afacere poate avea succes doar dacă se bazează pe o idee nouă și originală poate fi și o eroare. De fapt, cu cât ideea a fost mai puțin încercată și verificată de alți întreprinzători, spun specialiștii, cu atât riscul este mai mare. Pentru acesta, se recomandă să se realizeze o inventariere a afacerilor apreciate ca având succes, urmând să se identifice cele care sunt considerate potrivite profilului întreprinzătorului.

Desigur, afacerea ce se dezvoltă nu trebuie să fie întocmai cu afacerea din care s-a inspirat întreprinzătorul. Acesta, beneficiind de un dezvoltat spirit creativ și inovativ, va putea să îmbunătățească afacerea din care s-a inspirat. De asemenea, antreprenorul poate să identifice oportunități noi de afaceri și să realizeze astfel o combinație a două idei de afaceri.

- Identificarea unei noi nișe în cadrul pieței. Aceasta înseamnă identificarea unor cerințe din anumite segmente de piață care nu sunt satisfăcute în prezent de produsele, serviciile oferite de firmele active pe aceea piață. Acest demers nu este deloc unul ușor. Se poate porni de la a identifica tendințele care se manifestă la nivel local și național, apelând la diverse buletine de informare, la presă, la emisiunile economice, la știri, la ceea ce spun cetățenii.

După ce tendințele au fost identificate se poate încerca identificarea nevoii cu care acestea sunt corelate și astfel, se poate ajunge la una sau mai multe idei de afaceri care să satisfacă acea nevoie.

- Achiziționarea unei francize. Franciza este o relație de afaceri între un francizor (deținătorul unei mărci sau al unei metode de afaceri) și un francizat (un operator local al acelei firme). Francizatul se obligă să plătească francizorului o anumită sumă de bani în schimbul dreptului de a utiliza marca sau metoda de afaceri sau pe amândouă. Plata se face de obicei sub forma unei taxe inițiale, urmată de procente convenite din volumul vânzărilor sau dintr-un alt indicator economic similar.

Principalul avantaj al lansării în afaceri prin achiziționarea unei francize este acela că metoda de afaceri este una verificată. Aceasta înseamnă că șansele de reușită sunt mai mari decât în cazul pornirii afacerii de la zero. Amestecul francizorului în afacere se limitează la instruirea francizatului cu privire la gama de produse și servicii, politica de prețuri, mărimea și arhitectura spațiilor, dotărilor, dar, uneori acesta poate impune până și uniforma angajaților. De asemenea, se mai pot oferi sfaturi cu privire la management, instruirea angajaților, politica de servicii post-vânzare, contabilitate, etc.

Francizorii mari oferă, de obicei, sprijin sub formă de campanii publicitare și de promovare a vânzărilor. Dezavantajul major al francizei este că firma nu va aparține niciodată cu adevărat antreprenorului. Prin inflexibilitatea francizorului care nu ia în considerare schimbările din mediul de afaceri caracteristic zonei în care operează afacerea, vă poate afecta negativ firma. Faptul că profitul obținut nu vă aparține în totalitate, reprezintă un alt dezavantaj major al francizei:

- cumpărarea unei firme deja existentă. Nu se poate apela la această cale doar atunci când ideea de afacere se referă la un produs sau serviciu complet nou. Principalul avantaj al cumpărării unei firme deja existente este operativitatea. Astfel, nu mai este necesar să căutăm un spațiu și nici dotările potrivite. Toate acestea există. De asemenea, avem furnizori și clienți, iar afacerea se derulează din prima zi a achiziției. În cazul înființării unei firme, nivelul veniturilor care să egaleze costurile, (pragul de rentabilitate) se obține numai după o perioadă de timp situată, de obicei, în intervalul de la trei până la șase luni. Un alt avantaj este acela că există o bază pentru dezvoltările ulterioare. Nu numai avantaje



putem avea când decidem să achiziționăm o firmă deja existentă. Dezavantajele potențiale se referă la următoarele:

- uneori este mai ieftin să pornim de la zero și să achiziționăm exact ce spații și dotări dorim;
- este posibil ca situația financiară viitoare a firmei să nu mai fie identică sau măcar apropiată de cea trecută, pe care am analizat-o la achiziție;
- este posibil să nu cunoaștem toate informațiile cu privire la dezvoltarea locală și să nu știm că în viitor se vor construi noi magazine, chiar lângă cel achiziționat de noi, acest lucru afectând desigur nefavorabil cifra noastră de afaceri.

Dacă în urma studiului multiplelor surse de idei de afaceri s-au identificat mai multe astfel de idei, este necesar ca întreprinzătorul să le analizeze iar în final să decidă care va fi linia viitoare de acțiune. O serie de factori pot fi astfel identificați ca având influență asupra acestei decizii. Factorii decizionali pot fi grupați în două mari categorii:

- considerente personale;
- considerente de afaceri.

Includem în categoria considerentelor personale:

- aptitudinile;
  - interesele;
- obligațiile personale.

Aptitudinile personale ale întreprinzătorului în domeniul în care afacerea va funcționa sunt deosebit de importante pentru succesul acesteia. Un întreprinzător va depune un efort mult redus dacă activează într-o afacere în care are aptitudini decât unul care nu deține cunoștințe și nici deprinderi pentru domeniul respectiv. În aceste condiții este lesne de înțeles că șanse mai mari de reușită în afaceri are întreprinzătorul care deține aptitudinile necesare afacerii.

Interesele. Este indicat ca lansarea într-o afacere să se facă într-un domeniu în care întreprinzătorul are aptitudini și în care îi place să muncească. Dacă pentru fiecare potențială idee de afacere se încearcă identificarea activităților zilnice necesare și se conștientizează incompatibilitatea dintre acestea și personalitatea întreprinzătorului, se recomandă orientarea spre alte afaceri. În condițiile în care se știe că, în special la începutul fiecărei afaceri, volumul necesar de muncă din partea întreprinzătorului este impresionant este necesar pentru ca acesta să poată face față solicitărilor să îndrăgească ceea ce trebuie să facă în firmă. În caz contrar toată mobilizarea sa nu va reuși să conducă la rezultate acceptabile.

Obligațiile personale. În acțiunea de identificare a unei idei de afaceri trebuie să țină seamă și de măsura în care întreprinzătorul este sprijinit de familie și prieteni în dificilul demers în care se angrenează. Fără o susținere reală din partea celor apropiați, orice inițiativă de lansare într-o nouă afacere are mari șori de eșec. De aceea, în fundamentarea deciziei de a investi într-o anumită afacere trebuie să se țină seama de volumul de activitate pe care aceasta o impune și de modul în care întreprinzătorul poate face față acestuia ținând cont de obligațiile sale familiale.

Includem în categoria considerentelor de afaceri:

- existența pieței pentru produsul sau serviciului oferit;
- capitalul disponibil;

Existența pieței pentru produsul sau serviciului oferit. Nici o afacere nu este viabilă dacă ceea ce se produce nu se poate valorifica pe piață. Este deosebit de important ca în decizia referitoare la ideea de afaceri ce va fi pusă în aplicare, întreprinzătorul să se gândească la posibilitățile de valorificare a bunurilor sau serviciilor noii afaceri. Acestea aspecte sunt subiect de analiză și studiu, iar informațiile obținute se prezintă într-o parte distinctă a planului de afaceri, aceea în care se analizează piața produsului sau a serviciului în cazul în care se utilizează un astfel de instrument pentru evaluarea unei idei de afaceri.

Capitalul disponibil reprezintă un mare obstacol în alegerea unei anumite idei de afaceri. În acest sens este necesar să se estimeze cât mai realist resursele necesare pentru fiecare idee potențială de afacere. În urma comparării acestui necesar cu resursele disponibile ale întreprinzătorului se poate decide care din ideile de afaceri pot fi puse în practică cu șanse reale de succes și care nu. Estimarea resurselor disponibile ale întreprinzătorului trebuie să țină seama atât de bunurile în natură care pot participa la afacere cât și de disponibilitățile proprii ale acestuia sau care pot fi atrase în afacere. Aici pot fi incluse eventualele credite sau împrumuturi la care întreprinzătorul are acces.

După ce un întreprinzător s-a autoanalizat și a ajuns la concluzia ca deține un minim necesar de calități și abilități personale pentru a demara o afacere, că are o motivație puternică pentru a fi propriul

patron, după ce a analizat mai multe opțiuni de afaceri și s-a oprit asupra unei idei pe care dorește să o dezvolte într-o afacere, este necesar ca să evalueze în detaliu ideea de afaceri aleasă, înainte de a porni la drum.

Instrumentul care permite întreprinzătorului o bună evaluare a unei idei de afaceri este planul de afaceri. După ce s-a întocmit un astfel de instrument și informațiile culese au confirmat că există șanse reale ca noua afacere să reprezinte un succes, se poate proceda la autorizarea funcționării afacerii sub forma unei societăți comerciale.

În literatura de specialitate când se face recunoașterea și analiza oportunităților existente se vorbește „ocean roșu , ocean albastru”.

Dacă universul pieței este privit ca un ocean ,atunci ,acesta este alcătuit din două feluri de oceane: unele roșii, celelalte albastre. Oceanele roșii reprezintă toate domeniile de activitate existente la momentul analizei.. Aceasta este zona de piață cunoscută. Oceanele albastre semnifică toate domeniile care încă nu există. Aceasta este zona de piață necunoscută.

În oceanele roșii, limitele fiecărei activități economice sunt definite și acceptate, iar regulile concurențiale ale jocului sunt cunoscute. În această situație, companiile încearcă să-și surclaseze rivalii, pentru a acapara o porțiune mai mare din cererea existentă. Pe măsură ce zona de piață se aglomerează, așteptările privind profiturile și creșterea se reduc. Produsele respective devin obiecte de uz curent, iar concurența acerbă însângerează oceanele.

Prin contrast, oceanele albastre sunt definite ca zone de piață virgine, cu o cerere care trebuie creată și cu o mare probabilitate de creștere economică profitabilă. Cu toate că unele oceane albastre sunt create foarte departe de limitele domeniilor existente, cele mai multe se ivesc din cadrul oceanelor roșii prin extinderea granițelor activităților existente. Este important să înoți performant în oceanele roșii, depășindu-ți competitorii. Oceanele roșii vor conta întotdeauna și vor fi mereu o realitate în lumea afacerilor. Dar atunci când oferta depășește cererea în tot mai multe ramuri economice, iar lupta se duce pentru o cotă dintr-o piață în scădere, totuși nu va fi suficient să menții înalta performanță.

Oceanele albastre sunt, în mare măsură, neexplorate, preocuparea principală în elaborarea strategiei organizaționale s-a concentrat asupra oceanelor roșii, bazate pe ideea de concurență.

Rezultatul a constatat într-o înțelegere destul de bună a modului în care poți să concurezi abil în ape roșii, începând cu analizarea structurii economice fundamentale a unui domeniu de activitate deja existent, mergând până la alegerea unei poziții strategice bazate pe costuri reduse ori pe un avantaj competitiv sau pe o nișă de piață și ajungând până la evaluarea concurenților.

Plecând de la toate aceste analize, poți deschide și manageria o activitate în domeniul serviciilor, pe nișa turism, activități sportive sau o combinație, interferare a acestora.

De la orientarea turistică , dacă te afli într-o zonă montană , la înființarea sălilor de forță sau de întreținere, modelare corporală, la dans aerobic ,de societate, la asociațiile sportive/ cluburi pe diferite discipline sportive căutate de cât mai multe segmente de public ( copii,tineri,adulți/ părinți).

## Bibliografie

- 1.Marius Ghinea, Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri, editura Universul Juridic;
- 2.Laura Patache, Management antreprenorial, editura Univers, 2015.

# **OPORTUNITATEA STUDIERII ȘTIINȚELOR ECONOMICE, PRIN FIRMA DE EXERCIȚIU**

**prof: Cărbunaru(Marcu) Alina**

**Colegiul T."I. Mincu", Focșani**

În multe țări, educației economice i se acordă o importanță deosebită. De exemplu, în SUA, educația economică este considerată disciplină școlară de bază. Ea a fost inclusă, cu acest statut, în programul „Să educăm America”, fapt care echivalează cu recunoașterea valorii pe care o are pregătirea economică pentru înțelegerea lumii de azi, pentru adoptarea deciziilor majore care influențează viitorul oamenilor și pe al principalelor instituții, dintr-o societate.

Principiile economiei au legătură directă cu aspectele vieții cotidiene, afectând oamenii, în calitatea lor de consumatori și producători. De asemenea, economia are un rol important în viața publică, atât la nivel local, cât și național. Situația economică existentă influențează într-o mare măsură rezultatele alegerilor locale sau generale.

O mai bună pregătire economică îi face pe oameni să înțeleagă problemele cu care se confruntă zilnic și îi ajută să identifice și să evalueze consecințele deciziilor personale sau ale autorităților. Multe instituții specifice economiei de piață funcționează mai eficient dacă oamenii dețin informații economice corecte și pot exprima păreri avizate în domeniu.

Este foarte important ca elevii în liceu să învețe să gândească economic. Demersul de tip economic este specific și se deosebește în mod esențial de demersul realizat de discipline din aceeași arie curriculară, precum istoria sau educația civică. O analiză economică validă ne ajută să înțelegem și probleme din domeniul istoriei sau al educației civice și ne dă posibilitatea să cercetăm cauzele diferitelor probleme istorice, politice, de afaceri sau de relații internaționale.

Educația economică asigură informații și formează, totodată, deprinderi. În anii de liceu, elevii dobândesc numeroase cunoștințe economice:

- în primul rând, ei își însușesc conceptele economice fundamentale și devin capabili să analizeze logic probleme, cu care se vor confrunta în calitate de lucrători, consumatori sau cetățeni, să evite greșelile pe care le fac, în mod obișnuit, cei care nu au o pregătire economică adecvată.
- în al doilea rând, ei dobândesc informații pertinente despre economia reală, de exemplu, despre nivelul de dezvoltare, rata șomajului, rata inflației, rata dobânzii etc.

– în al treilea rând, ei devin conștienți de faptul că, deși economiștii împărtășesc puncte de vedere comune asupra multor probleme, precum și asupra metodelor fundamentale pe care le utilizează în analizele lor, la nivelul teoriei economice există și probleme controversate. De exemplu, specialiștii susțin păreri diferite referitoare la amploarea intervenției statului în economie, combaterea șomajului și a inflației, creșterea economică. Imaginea următoare vă prezintă doi elevi, prezenți, la standul firmei lor de exercițiu:



Studiul științelor economice, la liceu, prin prisma firmei de exercițiu, dezvoltă deprinderi importante, precum deprinderea de a:

- a. identifică dificultăți economice, alternative, beneficii și costuri;
- b. de a analiza motivele diferitelor acțiuni economice;
- c. de a examina consecințele modificării situației economice și politice;
- d. de a argumenta și de a compara beneficiile cu costurile.

Prin implicarea la firma de exercițiu, liceenii au acumulat numeroase abilități, capacități și deprinderi și și-au manifestat dorințele pentru viitorul apropiat: de a se implica cu multă dezinvoltură în atractivul domeniu al antreprenoriatului. În urma participărilor anuale, la numeroase competiții de specialitate economică, elevii au remarcat o multitudine de attribute, ale unui potențial antreprenor de succes:

- Viziune de amploare;
- Inteligență și creativitate;
- Cunoașterea optimă a domeniului de activitate;
- Perseverență și determinare;
- Charismă și persuasiune;
- Asumarea responsabilităților;
- Decision-maker (să fie o persoană care adoptă decizii rapid și eficient);
- Problem-solver (se implică în rezolvarea, în manieră frumoasă, a problemelor și nu prin eliminarea acestora);
- Gut-feeling (deține fler antreprenorial și e un bun orator);
- Gândirea pozitivă;
- Pasiune pentru propria afacere;
- Etică personală;
- Încredere în oameni.

Prin implicarea elevilor cu multă pasiune și dedicare la competiții, în domeniul antreprenoriatului, putem afirma cu certitudine că: liceenii de astăzi vor fi viitorii antreprenori de succes, ai României de mâine!

În concluzie, studiul disciplinelor economice este esențial în rândul adolescenților liceeni, pentru înțelegerea lumii economice de astăzi, pentru formarea și dezvoltarea gândirii lor economice și pentru adoptarea deciziilor importante care influențează viitorul oamenilor și pe cel al principalelor instituții dintr-o societate. Entuziasmul implicării liceenilor la firma de exercițiu, participarea la diverse

competiții, precum și mărturisirile acestora, mă determină să afirm faptul că: micii antreprenori de azi vor deveni marii antreprenori ai viitorului.



#### Bibliografie:

- [1] FMI, World Economic Outlook, mai 1997;
- [2] Năstase, A. – Bătălia pentru viitor, Editura New Open Media, 2000;
- [3] Cernea M. Michael, Christopher McDowell (editors) – Risks and Reconstruction, Experiences of Resettlers and Refugees, The World Bank, Washington D.C., 2018;



# INCUBATORUL DE AFACERI

Prof. Ivașc Marilena, C.T.A.T. “Dumitru Moțoc” Galați

*Visai de mic să fii mare? Să porți servietă și să mergi la serviciu, la fel ca părinții tăi? Acum noi te sprijinim să faci asta la școală! Printre cunoștințele de matematică și geografie, o să înveți cum e să conduci propria afacere, să ai succes „pe piață” și să fii respectat de angajații tăi. Sau, dacă nu te simți încă un lider, poți învăța cum să te pui în valoare la un loc de muncă, ca pe viitor să fii „angajatul lunii” în fiecare săptămână!*

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

Având în vedere că în România s-a implementat cu succes metoda didactică „firma de exercitiu” care este menită să dezvolte competente antreprenoriale în rândul elevilor și mediul economic real din România ne arată că densitatea IMM-urilor din România este extrem de redusă, situându-se la aproape jumătate din media europeană. Dacă în UE, în prezent, sunt evaluate circa 42 de IMM-uri la 1000 de locuitori, în România media densității întreprinderilor din mediul de afaceri este de 24 de IMM-uri/1000 de locuitori și tinând cont că efectele crizei economice suprapuse peste un cadru economic instabil au generat radierea în mai puțin de 2 ani a aproximativ 250.000 de IMM-uri din țara noastră mi s-a parut util să susțin, să dezvolt și să implementez ideea de *antreprenoriat* în cadrul Colegiului Național de Agricultură și Economie Tecuci prin toate mijloacele posibile.

„Educația reprezintă problema numărul unu. Dacă nu vom educa oamenii, progresul va fi foarte dificil de realizat” afirma Oscar Arias Sánchez, președintele Costa Rica.

În pregătirea de bază a unui elev pentru perioada ce va urma după finalizarea studiilor se numără și educația antreprenorială.

Educația antreprenorială urmărește să ofere elevilor aptitudini, cunoștințe și motivația corespunzătoare pentru a-i încuraja în obținerea succesului antreprenorial, într-o varietate de direcții. Dezvoltarea gândirii antreprenoriale devine prioritate peste tot în lume, constituind un motor de progres al comunităților.

În școala noastră educația antreprenorială este oferită, sub o diversitate de forme atât elevilor de la învățământ liceal cât și celor de la școală profesională prin curriculum-ul obligatoriu dar mai ales prin activități extrașcolare, cadrele didactice fiind preocupate de noi modalități de construire a unor experiențe de învățare care să atragă elevii, să îi motiveze și, de ce nu, să îi inspire în plan antreprenorial.

Indiferent de performanțele sale economice, activitatea unei companii se va forma la intersecția între factorii: de natură legislativ-normativă, sociali, financiari, tehnologici, politici și globali.

Fiecare factor influențează mediul antreprenorial într-un mod diferit și pot acționa atât în sensul scăderii cât și în sensul creșterii performanțelor sale. Gradul de adaptabilitate și flexibilitate a personalității antreprenorului au un cuvânt greu de spus. Astfel, un antreprenor cu cunoștințe solide în domeniul resurselor umane va da dovadă de tact și diplomatie în cazul unei crize de personal. În

aceeași măsură un antreprenor care nu se informează despre legislația care îi reglementează activitatea, chiar dacă beneficiază de consiliere juridică, se va afla în imposibilitatea deschiderii și menținerii unui dialog productiv cu statul român sau va obține cu dificultate o finanțare, fie ea prin societăți financiar-bancare, cât și prin instituții europene.

Educația antreprenorială ne pregătește să fim persoane responsabile și cu inițiativă. Aceasta îi ajută pe oameni să-și dezvolte abilitățile, cunoștințele și aptitudinile necesare pentru realizarea obiectivelor pe care și le-au propus. Datele arată, de asemenea, că persoanele cu educație antreprenorială se angajează mai ușor decât cele fără o astfel de educație.

---

### Competiția - eveniment JA in a Day

În anul școlar 2016 – 2017, în săptămâna Școala Altfel ”Să știi mai multe, să fii mai bun”, elevii clasei a X-a E au participat la competiția - eveniment JA in a Day, un program Junior Achievement Romania. Se impune precizarea că prin programul Junior Achievement de educație antreprenorială, tinerii sunt stimulați să-și formeze aptitudini antreprenoriale, atât pentru aducerea pe piață a unui nou produs sau serviciu, cât și pentru a avea abordări antreprenoriale la locul de muncă.

JA in a Day – Entrepreneurship Challenge este o competiție-eveniment prin care elevii își folosesc creativitatea pentru a găsi soluții inovatoare la probleme de afaceri reale.

Revenind la ideea de la care am plecat, putem spune că ”Economic” nu înseamnă doar contabilitate ci, sintetizat într-un singur cuvânt, înseamnă ANTREPRENORIAT. Ce reprezintă Antreprenoriatul?

Unul din răspunsuri ar putea fi: Motorul creșterii economice. Acest motor nu ar putea funcționa fără pionul principal – antreprenorul. Antreprenorul este acea persoană care lansează o afacere sau accelerează succesul acesteia.

În opinia economistului Joseph Schumpeter, antreprenorul este o piesă centrală a dezvoltării capitalismului, deoarece creează noi produse, noi metode de producție, noi piețe și noi forme de organizare, acționând astfel ca agent al schimbării. Nu în ultimul rând, antreprenorul este acea persoană care angrenează o serie de factori ce stimulează creșterea economică.

*Competențe specializate pe care le dezvoltă elevul sunt:*

- *Aplică legislația privind înființarea, autorizarea și funcționarea unei firme;*
- *Stabilește viziunea, misiunea, obiectivele și strategia firmei;*
- *Realizează procesul de recrutare și selecție la nivel de firmă;*
- *Planifică necesarul de personal;*
- *Evaluează personalul angajat în firmă și propune măsuri de dezvoltare profesională;*
- *Analizează profitabilitatea și competitivitatea firmei pe piață;*
- *Analizează mediul de marketing în vederea dezvoltării afacerii;*
- *Organizează firma din punct de vedere al proceselor și structurii aferente acestora;*
- *Manageriază resursele umane ale firmei.*

Activitatea care s-a derulat în școala noastră sub denumirea ”Incubatorul de afaceri” a oferit elevilor oportunitatea de a desfășura activități interactive de tipul learning by doing.

”Incubatorul de afaceri” a fost provocarea lansată elevilor cu scopul ca aceștia să-și dezvolte abilitățile antreprenoriale, să experimenteze situații de lucru în care depind unii de alții pentru a avea succes și să-și exerseze abilitățile personale și capacitatea de lucru în echipă.

Mediul de afaceri real pretinde ambiție, spirit competitiv, organizare, viziune, creativitate și dorința de autodepășire, iar una dintre atribuțiile profesorului coordonator al unei firme *de exercițiu* este de a-i forma pe elevi pentru „lupta” de pe piața muncii. Instruirea în firma de exercițiu oferă elevului competențe în ceea ce înseamnă comportamentul profesional, respectiv: ”Să știe ce să facă și să știe cum să facă”.

Competiția a fost o experiență intensă pentru participanți, deoarece, cu resursele limitate puse la dispoziție, cu creativitatea și cu punctele tari ale fiecărui coechipier, fiecare echipă a fost pusă în situația de a identifica o problemă din comunitate și să propună un produs sau serviciu prin care aceasta să poată fi rezolvată sau să identifice o problemă din școala și să propună un produs sau serviciu prin care aceasta să poată fi rezolvată.

Elevii participanți au aflat tema doar la începerea timpului de lucru, iar sarcina lor a fost de a propune idei creative care să ofere o soluție viabilă.

Adevărata provocare a constat în a găsi o propunere funcțională, potrivit următoarelor criterii:

- originalitate
- măsura în care răspunde unei nevoi reale de pe piață
- fezabilitate tehnică.

După etapa de brainstorming cele patru echipe au selectat câte o problemă din cele pe care le-au identificat la nivelul clasei și al școlii, respectiv: alimentația nesănătoasă și consumul de fast food în timpul pauzelor, nevoia de activități care să vizeze dezvoltarea personală a elevilor, rezultate la învățătură care ar trebui îmbunătățite, probleme materiale cu care se confruntă elevi din școală sau din comunitate

Fiecare echipă a trebuit să găsească o soluție la problema identificată având în vedere următoarele puncte care le-au fost transmise elevilor împreună cu tema activității:

a. Problema pentru care dezvoltă soluția – În ce constă? Unde se manifestă? Câte persoane sunt afectate? Ce soluții au mai fost încercate și de către cine?

b. Soluția – este un produs sau un serviciu? Cum este descris? Ce nevoie satisface?

c. Piața – cine plătește pentru produs/serviciu?

d. De ce sumă de bani este nevoie pentru punerea în practică a soluției?

e. Cum va arăta comunitatea/școala/clasa atunci când problema va fi rezolvată?

Cele 4 echipe au propus următoarele idei de afaceri: înființarea unui lactobar în incinta școlii; înființarea unui club unde elevii să desfășoare activități non formale pentru dezvoltarea personală; înființarea unei grup de sprijin format din profesori și elevi pentru îmbunătățirea rezultatelor la învățătură și evitarea eșecului școlar; înființarea unui centru unde elevii și profesorii să doneze rechizite, cărți, obiecte de îmbrăcăminte, jucării, alimente – care vor fi dăruite apoi familiilor aflate în dificultate ale elevilor din școală sau din comunitate.

### **În loc de concluzii**

Deși nu toate soluțiile propuse de elevi reprezintă idei de afaceri, activitatea a permis elevilor să-și dezvolte competențele antreprenoriale prin comunicare, lucru în echipă, creativitate, să conștientizeze probleme existente în clasă, școală sau comunitate și să propună soluții pentru rezolvarea acestora.

Încercând să rezolve situațiile problemă elevii au realizat o mai bună înțelegere a modului în care inovația, tehnologia și modul de abordare a problemelor pot contribui la îmbunătățirea modului de viață și succesul unei afaceri.

### **Educăm, pregătind tineri pentru viitor**

Astăzi elevi, mâine cunoscuți și buni antreprenori – este un deziderat pe care îl auzim și în care vreau să cred că investim mai mult cu fiecare zi de școală, indiferent de nivelul de studiu, indiferent de aptitudinile elevilor noștri, pentru că în viitorul apropiat și îndepărtat, fiecare absolvent de școală va fi nevoit să aibă abilități cât mai multe și diverse pentru a reuși.

Să nu uităm scopul principal al formării de competențe cheie, unde se regăsește și competența antreprenorială, tocmai pentru că numărul antreprenorilor din România și Uniunea Europeană este încă foarte mic raportat la numărul de persoane active pe piața muncii. Competențele de înființare și conducere a unei firme mai mici sau mai mari sunt atât de necesare într-un mediu concurențial puternic, atât pe piața muncii, cât și pe cea a produselor și serviciilor. Necesitatea consumării și deci de realizare de produse cât mai bune și mai ieftine fac din școală un mediu propice de pregătire a viitorilor antreprenori.

## Proiect educațional – „Firma de exercițiu – punte către mediul economic real”

Prof. Onose Cătălina, Liceul Tehnologic “Dumitru Moțoc” Galați

Numărul 8 al revistei **VOCEA LUI MOȚOC** se adresează elevilor și profesorilor de la liceele tehnologice având ca scop încurajarea înființării firmelor de exercițiu care le permit elevilor să valorifice oportunități de învățare pe care acest concept le oferă. Materialul reprezintă o sinteză a proiectului derulat de către Colegiul Tehnic de Alimentație și Turism “Dumitru Moțoc” Galați, în martie 2018.



Aceasta s-a dorit a fi o recomandare pentru toți cei care își doresc se devină un bun profesionist, dar desigur că nimeni și nimic nu poate să realizeze aceasta, fără ca el să se străduiască. Activitățile desfășurate s-au bazat atât pe efortul individual cât și pe cel în echipă.

Conținutul revistei tehnice reprezintă punctul de vedere profesional al unui colectiv de profesori de specialitate cu privire la caracteristicile și importanța antreprenoriatului și a firmei de exercițiu în dezvoltarea

Ideea care s-a regăsit în toate acțiunile este aceea că firma de exercițiu este o metodă modernă de învățare prin care elevii își dezvoltă abilități antreprenoriale în cadrul unei firme virtual, în care se derulează aceleași procese ca și la nivelul unei firme reale, cu singura diferență că se lucrează cu bani virtuali.

Secțiunea a 2-a intitulată *Firma de exercițiu – punte către mediul economic real* abordează conceptele teoretice privind activitatea din firma de exercițiu. Ea urmărește implementarea unui format modern, replicabil și sustenabil de practică antreprenorială, care să sprijine elevii în dobândirea cunoștințelor, aptitudinilor, atitudinilor și abilităților.

Secțiunea a 4-a intitulată *Proiect educațional “Firma de exercițiu – Punte către mediul economic real”* oferă câteva informații generale și specifice despre această activitate, precizând totodată și rezultatele concursului *Târgul Firmelor de Exercițiu*.

Secțiunea a 6-a intitulată *Elevii de la CTAT Dumitru Moțoc învață să fie antreprenori prin proiecte europene* reprezintă o descriere sumară a câtorva proiecte europene și nu numai prin care s-a dorit dezvoltarea culturii antreprenoriale în rândul elevilor de liceu dar și a cadrelor didactice ale școlii.

Secțiunea a 7-a intitulată *Perfecționarea educației antreprenoriale prin folosirea metodelor nonformale în ciclul superior al liceul* la Colegiul Național de Agricultură și Economie Tecuci descrie activitatea firmelor de exercițiu de-a lungul timpului în această unitate școlară.



84



## Scopul proiectului

- ✓ Valorificarea calităților antreprenoriale, a inițiativei și a spiritului de competiție dobândite de către elevi prin firma de exercițiu (virtual) și în condiții reale;
- ✓ Descoperirea de exemple de bune practice în desfășurarea activității agenților economici;
- ✓ Familiarizarea elevilor cu activitățile specifice mediului de afaceri real;
- ✓ Dezvoltarea unor competențe necesare unui întreprinzător dinamic: gândirea critică, luarea deciziilor, asumarea riscului, asumarea responsabilităților, autoorganizarea și autoevaluarea resurselor de care dispune;
- ✓ Promovarea colaborării dintre firmele de exercițiu și mediul real;
- ✓ Încurajarea competiției și a competitivității firmelor de exercițiu implicate.

## Obiectivele specifice ale proiectului

**O1** - Stimularea lucrului în echipă și a colaborării între membrii comunității școlare și comunitatea locală. Activități subsumate acestui obiectiv:

- Constituirea grupului de lucru și distribuirea sarcinilor;
- Realizarea parteneriatelor educaționale;
- Constituirea unei baze de date cu profesorii și firmele participanți la proiect.

**O2** - Îmbunătățirea actului educațional prin punerea în aplicare a metodelor de stimulare a creativității în activitatea de predare-învățare pe care o vor desfășura cele 40 de cadre didactice în unitățile lor de învățământ. Activitatea subsumată acestui obiectiv:

- Mediatizarea proiectului

**O3** – Dezvoltarea de competențe și atitudini necesare unui întreprinzător dinamic în rândul celor peste 100 de elevi implicate în proiect: creativitate, gândire critică, rezolvarea de probleme, luare de decizii, lucrul în echipă, inițiativă, perseverență, autoorganizare și autoevaluare a resurselor individuale, flexibilitate. Activități subsumate acestui obiectiv:

- Dezbateri cu tema “Firma de exercițiu – organism viu”;
- Work-shop cu tema Comunicare în mediul de afaceri.

**O4** - Valorificarea cunoștințelor de specialitate și a calităților antreprenoriale, a inițiativei și a spiritului de competiție dobândite de către elevi prin firma de exercițiu (virtual) și în condiții reale a unui număr de 100 de elevi și perfecționarea limbajului de specialitate al acestora.

Activitatea subsumată acestui obiectiv:

- Desfășurarea competiției **Târgul firmelor de exercițiu**.

**O5** - Diseminarea rezultatelor proiectului în cel puțin 50% din unitățile școlare participante, într-un interval de 1 lună, precum și la ROCT. Activități subsumate acestui obiectiv:

- Realizarea raportului final cu rezultatele proiectului și transmiterea acestuia la școlile participante și la ROCT;
- Realizarea unui DVD cu materialele proiectului și transmiterea lui către profesorii implicați;
- Organizarea unor evenimente de diseminare în unitățile școlare participante și în presa locală, după finalizarea activității principale.

## Beneficiarii proiectului

- elevii claselor a XI-a și a XII-a, cadrele didactice, reprezentanți ai mediului de afaceri local și regional, părinți și comunitatea locală.

## Rezultate calitative și cantitative așteptate

Rezultatele așteptate, ca urmare a implementării proiectului, constau în impactul pe care îl va avea demararea acestui proiect asupra celor 200 de elevi, a celor 70 de cadre didactice, familiilor elevilor și mediului de afaceri. Participarea la târg a unui număr de aproximativ 40 de cadre didactice și implicarea acestora în realizarea schimburilor de experiență cu alte instituții de învățământ. Participarea a cel puțin 40 de firme de exercițiu la Târgul Firmelor de exercițiu. Prin activitățile desfășurate dorim să realizăm în rândul elevilor și a membrilor comunității locale conștientizarea importanței educației antreprenoriale și a lucrului în echipă. Rezultatele le reprezintă numărul de diplome eliberate, apariție numărului 8 al revistei Vocea lui Moțoc și articolele publicate în cotidienele “Zile și Nopti”, “Școala gălățeană”, dar și în presa scrisă locală.

## **Sustenabilitatea proiectului**

Continuitatea proiectului se va realiza prin diversificarea activităților în cadrul celei de-a cincea ediții care se va desfășura în anul școlar 2018-2019. Dorim ca desfășurarea proiectului să aibă un impact considerabil asupra elevilor și cadrelor didactice din învățământul profesional și tehnic, astfel încât sperăm ca în anul școlar 2018-2019 să ne bucurăm de participarea unui număr și mai mare de școli.

Sustenabilitatea proiectului se va asigura prin menținerea și dezvoltarea parteneriatelor încheiate în cadrul proiectului, prin includerea bunelor practici identificate în proiect în strategiile școlii și prin atragerea de noi fonduri și sponsorizări pe viitor.

## **Colaboratori**

- Inspectoratul școlar Județean Galați
- Casa Corpului Didactic Galați

## **Parteneri implicați**

- Patronatul Tinerilor Întreprinzători din România
- Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor Galați
- Institutul Român pentru Educație și Incluziune Socială, Galați
- SC. UP SANMED MEDIA SRL

## **Activități de promovare/mediatizare și de diseminare**

- contactarea prin e-mail a tuturor școlilor din regiunea S-E în care funcționează firme de exercițiu cu scopul de a promova proiectul;
- mediatizarea proiectului prin site-ul școlii organizatoare și a avizierul/site-ul unităților partenere și participante.
- promovarea concursului pe platforma ROCT.

În anul școlar 2017-2018 proiectul aflat la ediția a IV-a a făcut parte din **Calendarul Activităților**

## **Educative Județene al ISJ Galați.**

Secțiuni competiție au fost:

- Cel mai atractiv stand
- Cel mai bun catalog
- Cea mai bună prezentare multimedia
- Cele mai bune materiale promoționale
- Cel mai bun negociator
- Cel mai bun spot publicitar
- Cea mai bună pagina web

La competiție au participat unități școlare din **19 județe** și anume Galați, București, Iași, Buzău, Mehedinți, Alba, Constanța, Ialomița, Vâlcea, Maramureș, Bistrița-Năsăud, Brăila, Timiș, Sibiu, Satu Mare, Neamț, Dâmbovița, Giurgiu, Vrancea.

Au participat **direct 25 de firme** din 3 județe (100 de elevi și 30 cadre didactice) și **indirect**

**80 de firme din 16 județe.**

Premii acordate cumulativ pentru participarea directă și indirectă și pe cele 7 secțiuni au fost: 22 premii I, 22 premii II, 22 premii III, 36 mențiuni și 82 premii speciale.

# CREATIVITATEA ȘI TRANSDISCIPLINARITATEA ÎN PROCESUL DIDACTIC

Prof. Ec. Drd. Ștefănescu Alina  
Liceul Agricol „Dr.C. Angelescu”, Buzău

Creativitatea în procesul didactic presupune două variabile: stimularea acesteia la elevi și formarea, aplicarea unor metode creative și atractive în predare. Astfel, stimulând creativitatea elevilor, se stimulează dezvoltarea gândirii lor ca sursă de satisfacție și autorealizare. Fără creativitatea persoanei, umanitatea nu ar fi cunoscut cele mai importante inovații și progrese, de aceea este un fapt extrem de nefericit că în școlile noastre se stimulează mai degrabă o atitudine conformistă și rituală de supunere și învățare mecanică. Astfel, se poate spune că creativitatea în procesul didactic ar trebui să devină un imperativ și o prioritate pentru fiecare profesor – aceștia trebuie să realizeze odată pentru totdeauna că rolul lor nu se limitează la a transmite informațiile incluse în programa școlară, ci că ei formează minți și personalități! Un profesor fără această vocație este pur și simplu un robot!

Această idee este prezentată și în cadrul legii învățământului, unde se spune că procesul educațional trebuie să tindă spre „dezvoltarea liberă, integrală și armonioasă a individualității umane, în formarea personalității autonome și creative”. Astfel, procesul educativ ar consta atât în transmiterea informațiilor, cât și în formarea aptitudinilor, a capacităților de gândire, de critică liberă, de exprimare a emoțiilor, deci de formare a unei individualități unice și independente.

Creativitatea în procesul didactic este deci recunoscută ca fiind singura modalitate eficientă într-o dezvoltare armonioasă și proprie a persoanei. Însă, din păcate, realitatea școlilor românești arată în cu totul alt cadru: școlile formează personalități uniforme – uniformizează comportamentul elevilor prin regulamente și activități rutiniere. Profesorii care oferă mai mult decât informațiile programei școlare, care se implică practic și în comunicarea cu elevii săi, în suportul emoțional al acestora și în provocarea acestor minți tinere sunt rari și de multe ori munca lor de mentori este învinsă de atitudinea autoritară și stereotipă a altor profesori.

Acest fapt trist apare și din lipsa de vocație a viitorilor profesori, dar și din modul de desfășurare a modulelor pedagogice de pregătire a viitorilor profesori: acestea presupun doar cursuri de informare teoretică și de formare a aptitudinii didactice – de a structura materia, de a o rezuma pe înțelesul elevilor în funcție de nivelul școlar, de a o preda eficient și încadrat în timp. Dar nu conțin cursuri de comunicare, de strategii de interacțiune, de sensibilizare cu privire la rolul său educativ și spiritual, de psihologie a copilului, într-un cuvânt, de pregătire a viitorului profesor în activitatea sa de mentor, nu numai de cadru didactic. Profesorul va influența elevii săi, va constitui un model pentru aceștia, iar tipurile cele mai frecvente de profesori – cel autoritar, dur, strict și cel rutinier, permisiv și neimplicat – nu provoacă în nici un fel mintea și creativitatea elevilor, ci mai degrabă îi provoacă la găsirea unor noi modalități de chiul (este și aceasta un tip de creativitate!) După cum s-a spus, creativitatea în procesul didactic presupune și existența și utilizarea unor metode creative în predare și evaluare, metode care, din păcate, nu sunt la fel de frecvente precum cele clasice și rutiniere. Nici lipsa de dotări moderne a școlilor românești nu ajută la împlinirea acestui imperativ educațional – laboratoarele sunt de multe ori slab dotate, tehnologiile de vizualizare sunt puține, computerele sunt de asemenea în număr mic și sunt folosite de multe ori doar la ora de informatică.

Creativitatea în procesul didactic ar presupune astfel existența unor proiecte de finanțare prin care școlile să devină dotate cu noi tehnologii educaționale (printre care inovativa tehnologie a realității virtuale are efecte benefice neprevăzute), mai presupune restructurarea conținutului informațional al programelor școlare – prin favorizarea informațiilor practice, cu aplicabilitate și prin încurajarea orelor de creație, și în sfârșit presupune informarea viitorilor profesori asupra unor noi și creative metode de predare-învățare.

Astfel, ar trebui ca profesorii să se asigure că folosesc metode interesante de predare a informației (printre care metodele ce permit vizualizarea au efecte imediate, metode de genul studiilor de caz, jocurilor de rol, rezolvarea de probleme potențiale prin soluții alternative), ca organizează și activități extrașcolare provocatoare, că în cadrul evaluării nu urmăresc doar gradul de reținere a

informației, ci și capacitatea de critica a acesteia. Elevii trebuie provocați și aceasta nu se poate face prin intermediul unui discurs într-un singur sens profesor-elev, ci prin intermediul unei comunicări deschise, în ambele sensuri, prin libertatea de exprimare și de critică, prin stârnirea interesului acestuia prin discuție. Creativitatea și exprimarea liberă și personală trebuie apreciate, nu limitate de un proces educativ rutinier, conformist și autoritar.

Caracterul complex și integrat al unor probleme cum ar fi globalizarea, protecția mediului, migrația, explozia informațională, interculturalitatea, conflictele etc. revendică o abordare educațională transdisciplinară. Pentru a face față schimbărilor caracteristice lumii contemporane, elevii au nevoie de competențe strategice ca: abilitatea de a învăța cum să învețe, abilitatea de evaluare și rezolvare de probleme.

Transdisciplinaritatea presupune abordarea integrată a curriculumului prin centrarea pe probleme ale vieții reale, cu focalizare pe identificare de soluții, rezolvare de probleme ale vieții reale, în scopul dezvoltării competențelor pentru viață. Ea presupune abordarea unor teme, adeseori de mare complexitate, folosind instrumente și reguli de investigații proprii anumitor științe, folosind concepte ale acestor științe, dar în alte contexte.

Transdisciplinaritatea permite:

⇒ crearea de modele mentale bazate pe transfer și integralizare și care determină succesul în viața personală și socială a educabilului;

⇒ dezvoltarea competenței de a învăța să înveți;

⇒ lectura personalizată a programei școlare și elaborarea hărților conceptuale (cognitive).

În afara disciplinelor clasice, în unele țări s-a trecut la introducerea unor teme transversale, la lucrul pe proiecte, la inserția în curriculum a unor noi dimensiuni ale educației. Toate aceste realități sunt premise care fundamentează o abordare inter sau transdisciplinară a procesului de educație. Introducerea temelor integrate în curriculum-ul obligatoriu sau în cel elaborat la nivel local au fost intens experimentate în ultimii ani. Instruirea integrată propune o abordare holistă și constructivistă a procesului curricular care urmărește, prin stabilirea unor grade diferite de integrare la nivelul obiectivelor, conținuturilor, metodologiei, conceptelor sau valorilor, atingerea unor rezultate complexe pentru care nu mai sunt suficiente cadrele unei anumite discipline. Temele integrate sau cross-curriculare sunt unități de studiu prin intermediul cărora se realizează explorarea unor probleme semnificative ale „lumii reale”, relevante pentru viața de zi cu zi. Organizarea învățării pe criteriul disciplinelor formale clasice este insuficientă într-o lume caracterizată prin explozia informațională și de o dezvoltare puternică a tehnologiilor

O învățare dincolo de discipline, parcurgerea unui curriculum integrat poate fi mai aproape de nevoile omului contemporan. Abordarea integrată a curriculumului presupune crearea de conexiuni între teme sau competențe care sunt de regulă formate fără a exista între ele o legătură, în interiorul diferitelor discipline. Aceste teme au o puternică legătură cu viața cotidiană a elevilor și vizează formarea de valori și atitudini. Elevii manifestă interes pentru problemele concrete cu care se confruntă în viața de zi cu zi și caută pentru multe dintre aceste explicații și soluții practice. Pentru a veni în întâmpinarea intereselor lor, învățământul va trebui să se aplece mai mult asupra cotidianului, căci ceea ce îi interesează pe copii ține prea puțin de domeniul teoriei științifice. Școala trebuie să-i pregătească pentru viață în lumea reală.

Transdisciplinaritatea este necesară pentru că paradigmele învățământului tradițional primesc noi interpretări. Prin urmare:

- Învățarea nu mai este rezultatul exclusiv al demersurilor profesorului.
- Învățarea este un proces cognitiv complex și o activitate socială intra și interpersonală.
- Distribuția învățării diferă de la un individ la altul în spațiu și timp.
- Momentul prielnic achiziționării anumitor cunoștințe nu mai poate fi prezis și/ sau impus; cel mult, activitatea (lecția), poate fi localizată în spațiu și timp în sala de clasă.

În mileniul III, tratarea diferențiată a elevilor și abordarea integrată a cunoașterii devin obligatorii. În cazul transdisciplinarității, disciplinele nu sunt ignorate, dar nu mai constituie punctul de focalizare al formării, ci furnizează situații de învățare. Transdisciplinaritatea permite “învățarea în societatea cunoașterii” și asigură:

- ♦ formarea la elevi a competențelor transferabile;
- ♦ dezvoltarea competențelor de comunicare, intercunoaștere, autocunoaștere, asumarea rolurilor în echipă, formarea comportamentului prosocial;

◆ evaluarea formativă.

Conținuturile organizate transdisciplinar se vor axa în procesul educațional nu pe disciplină, ci pe demersurile intelectuale, afective și psihomotorii ale elevului. Organizarea conținuturilor în manieră transdisciplinară se bazează în procesul de predare – învățare – evaluare, pe conduitele mentale ale elevului din perspectiva unei integrări efective, realizată de-a lungul tuturor etapelor procesului educațional (proiectare, desfășurare, evaluare).

Metodele active de predare în abordarea transdisciplinară transformă elevul din obiect în subiect al învățării, îl fac pe elev coparticipant la propria sa educație și asigură elevului posibilitatea de a se manifesta ca individ, dar și ca membru în cadrul unei echipe.

În cazul antreprenoriatului, proiectele transdisciplinare sunt cele care leagă partea teoretică a cunoștințelor însușite de practica efectivă, întâlnită dincolo de orele desfășurate la clasă. În acest caz, elevii trebuie să cunoască noțiuni de educație antreprenorială, de economie de piață, de matematică (pentru a construi de exemplu un buget) și, nu în ultimul rând, de psihologie (cunoaștere de sine, dezvoltare și imagine personală, motivație, voință, încredere în sine etc). Organizarea învățării se centrează pe învățarea prin descoperire, pe învățarea prin cercetare, pe baza viziunii constructiviste și globale asupra lumii înconjurătoare. Competențele, valorile și atitudinile de care au nevoie elevii noștri pentru reușita personală și socială nu pot fi formate în întregime prin intermediul disciplinelor școlare clasice. Noua educație are obligația de a apropia procesul educațional de viața cotidiană a elevilor și de nevoile comunității în care aceștia trăiesc, de a avea în vedere complexitatea rolurilor pe care le vor juca elevii de azi în societatea viitoare. Rolurile variază de la acela de ființă autonomă, de membru al familiei și al unei colectivități, de cetățean și producător, până la acela de subiect și obiect al multiplelor și variatelor experiențe de viață, care îl vor ajuta să se cunoască pe sine și să abordeze o concepție democratică, manifestându-se ca ființă liberă, creatoare. Problema care se pune este aceea a depășirii frontierelor rigide, a deplasării accentului spre gândire critică și creativă, conștientizare, cooperare, spre adaptabilitate și înțelegerea, respectiv interpretarea lumii mereu în schimbare. Învățământul tradițional nu poate să răspundă unor asemenea deziderate, deoarece rezolvarea problemei nu rezidă numai în schimbări de curriculum, ci mai ales în schimbări referitoare la implementarea lui. Din acest motiv, cheia succesului se găsește la practicieni – educatoare, învățători, profesori. Ea constă în proiectarea, organizarea și realizarea unui demers didactic în, între și dincolo de orice disciplină - vizând abordarea transdisciplinară a învățării.

În zilele noastre, transdisciplinaritatea presupune abordarea unor teme adeseori de mare complexitate, cu instrumente și reguli de investigații proprii anumitor științe, folosind concepte ale acestor științe, dar în alte contexte. Abordarea integrată specifică transdisciplinarității, este centrată pe lumea reală, pe aspectele relevante ale vieții cotidiene, prezentate așa cum afectează și influențează ele viața noastră. Nivelul transdisciplinar presupune abordarea integrată a curriculumului prin centrarea pe probleme ale vieții reale, cu focalizare pe identificare de soluții, rezolvarea de probleme din viața autentică, în scopul dezvoltării competențelor transversale. Abordarea transdisciplinară oferă elevilor cadrul formal adecvat pentru organizarea cunoștințelor și este adecvată pentru toate nivelurile de abilitate intelectuală ori stil de învățare. Activitatea este antrenantă, total participativă, bazată pe experiențele anterioare. Disciplinele diferite de predare nu ne dau imaginea completă a lucrurilor, dacă le privim izolat. Dacă însă acestea se întrepătrund și încearcă să explice realitățile care ne înconjoară, rezultatul este că își îndeplinesc rolul în mod eficace. Stilul de predare pentru acest tip de învățare, este unul activ. Profesorul are la dispoziție cunoștințele elevilor provenite din domenii complementare, pe care le poate exploata în favoarea învățării și experimentării lucrurilor noi. Metodologia de abordare transdisciplinară este una complexă și într-o permanentă actualizare ca urmare a feed-back-ului utilizatorului de educație. Educația economică se dezvoltă în școală și pregătește viitorul antreprenor care trebuie să aibă valori precum eficiența și raționalitatea. Este definită de fapt drept știința raționalității și alocării eficiente a resurselor limitate de care dispunem la un moment dat. Prin acest tip de educație se dezvoltă deprinderi de gândire critică, se promovează valori, se formează atitudini și comportamente. Independența și responsabilizarea propriei persoane, valorizarea individului în calitate de decident, motivarea intereselor personale, modelarea personalității, interacționarea cu mediul intern și extern prin activitățile economice sunt activitățile promovate de acest proces complex. Activitatea profesorilor este de a proiecta sarcini de învățare cât mai variate, care să valorifice experiențele anterioare ale elevilor, dobândite în diferite contexte (formale, nonformale, informale, școlare, extrașcolare). În acest scop, colaborarea cu alte cadre didactice este una benefică, pentru a se putea crea



astfel conexiuni multiple și posibilități de transfer între discipline. Acest tip de activitate transdisciplinară este experimentată cu succes în activitatea firmelor de exercițiu, concept modern de învățare în activitatea economică. Activitatea este potrivită pentru dobândirea, verificarea și aprofundarea cunoștințelor comerciale, formarea abilităților, a capacităților personale și a modurilor de comportament în toate domeniile din structurile întreprinderii, de la referent până la întreprinzător. Cunoștințele implicate în realizarea acestei activități, sunt: geografia, istoria, limba română, cunoștințe din domeniul informaticii, limbile străine, educație antreprenorială, contabilitate, marketing, planificare operațională, cunoștințe despre organizarea resurselor umane, tehnici de negociere, etc. Firma de exercițiu este conceptul care reunește aceste cunoștințe despre antreprenariat și le pune în practică. 15 cență și o "teamă de necunoscut", pe parcursul acesteia elevii sunt tot mai implicați în realizarea materialelor. Fiecare poate veni cu idei noi, pe care în laboratoare de lucru le prezintă colegilor. Satisfacția muncii vine după ce s-a realizat produsul și este prezentat. În firma de exercițiu putem fi creativi, putem învăța prin cooperare și colaborare, ne putem perfecționa, devenind persoane responsabile și pregătite pentru activitatea de întreprinzător într-o piață dinamică. Ideile de de afaceri sau de dezvoltare, prind contur în momentul în care firma interacționează cu piața firmelor de exercițiu. Elevii au posibilitatea de a întreba, de a căuta, de a intui căi de rezolvare, dar mai ales de a obține feedback-ul muncii lor prin felul în care le este percepută activitatea de către publicul larg. Prin această metodă de învățare, elevii de toate categoriile pot fi evidențiați cu condiția de a li se găsi "locul potrivit". Putem avea surpriza să descoperim că elevul care nu are rezultate deosebite la clasă, activitatea din firma de exercițiu "îl scoate din anonim". Are dorința de a se implica activ și de a-și aduce aportul cu ceea ce știe el să facă mai bine. Învățarea prin colaborare, face ca elevul mai puțin inițiat în activitatea firmei de exercițiu, să-și însușească mai ușor noțiunile, să capete încredere, să preia activitatea de la colegul lui și mai ales să fie capabil să învețe la rândul lui alt coleg. Activitatea de "dublu rol" supravegheată de profesorul coordonator, este una benefică și antrenantă. Diversitatea ideilor face ca activitatea în firma de exercițiu să fie complexă; fiecare elev poate avea o contribuție importantă, nu trebuie să existe limite în exprimarea ideilor. Rezultatul muncii poate aduce și eșecuri. Acest risc trebuie asumat de către toți, este necesar ca elevii să înțeleagă faptul că și în viața reală se întâmplă astfel de situații, dar că trebuie să se identifice eventualele probleme după care se procedează la eliminarea lor. Gândirea critică face ca elevii să înregistreze performanțe la capitolul abilități cognitive de ordin superior, abilități de conducere și simțul responsabilității. Se dezvoltă de asemenea gândirea creativă, care este procesul pe care îl folosim atunci când venim cu idei noi. Este un proces de gândire sau metodă utilizată pentru a genera idei creative, prin explorarea mai multor soluții posibile. Gândirea creativă este absorbită de idei care nu au fost îmbinate înainte, iar prin această activitate elevul poate să-și dezvolte capacitatea de comunicare, în special în limbile străine, informatică, în domeniul artelor, în domeniile științelor reale și literatură. Un rol esențial în modelarea elevului îl are interacțiunea cu mediul extern. Participarea firmei de exercițiu la competiții de profil, face ca activitatea complexă să fie pusă în evidență. Echipa de promovare colaborează, se formează un grup omogen, care are un scop comun: de a obține recunoaștere și premii. Responsabilizarea elevilor privind activitățile din firma de exercițiu, are un rol important în formarea personalității elevilor. Societatea are nevoie de persoane responsabile, care se implică activ și aduc un plus-valoare. Concluzia acestei prezentări constă în faptul că școala românească a făcut un prim pas important prin adoptarea acestui tip de activitate realizată din perspectivă transdisciplinară. Este foarte important să venim în sprijinul beneficiarilor învățământului din toate categoriile, dar în primul rând al elevilor care reprezintă "pepiniera" pentru mediul social și economic. O astfel de abordare a evaluării centrate nu doar pe rezultat cât și pe calitatea procesului de învățare, are avantajul de a transmite elevilor ideea că munca lor este foarte importantă, nu doar rezultatele finale. Atâta timp cât suntem competitivi, ne adaptăm cerințelor și avem activități performante, suntem folositori societății și vom avea aprecierea generală.

#### Bibliografie:

- Petrescu, Paloma ș.a.- "Transdisciplinaritatea- o nouă abordare a situațiilor de învățare", EDP, R.A. București, 2007
- Stanciu, Mihai- ""Reforma conținuturilor învățământului", Polirom, Iași, 19991
- Ion Al. Dumitru, "Dezvoltarea gândirii critice și învățarea eficientă", Editura de Vest, Timișoara, 2000
- Cucoș, C., Pedagogie (Ediția a II-a revăzută și adăugită), Iași, Editura Polirom, 2002

# **FIRMA DE EXERCIȚIU, METODĂ INTERACTIVĂ DE ÎNVĂȚARE PENTRU DEZVOLTAREA COMPETENȚELOR ANTREPRENORIALE**

**Prof. Stroie Filofteia**

**Liceul Agricol „Dr.C. Angelescu”, Buzău**

Firma de exercițiu este o metodă didactică modernă și interactivă de succes în România, care are drept scop dezvoltarea spiritului antreprenorial al elevilor prin simularea proceselor dintr-o firmă reală. Instruit într-un cadru atractiv, creativ și interactiv, tânărul va participa voluntar și motivat la propria formare, dobândind competențe esențiale ce îi vor ușura inserția pe piața muncii. Înțelegerea și aplicarea în mod optim a conceptului „firmă de exercițiu” îi va putea oferi elevului o învățare activă, bazată pe practică, facilitându-i acestuia trecerea de la școală la viața activă.

Obiectivul general al învățării prin firma de exercițiu îl reprezintă dezvoltarea spiritului antreprenorial, prin: familiarizarea elevilor cu activitățile specific unei firme reale, simularea operațiunilor și proceselor economice specific mediului real de afaceri, perfecționarea limbajului de afaceri, dezvoltarea de competențe și atitudini necesare unui întreprinzător dinamic: creativitate, gândire critică, rezolvarea de probleme, luare de decizii, asumarea responsabilității, lucrul în echipă, inițiativă, perseverență, auto organizare și autoevaluare a resurselor individuale, flexibilitate.

În încercarea de analiză a conținutului educației și culturii oferite de școala tradițională economică, pe treptele fiecărui nivel de studiu, se remarcă în primul rând o compartimentare rigidă a cunoștințelor studiate. Elevul își formează o cultură economică în care informațiile sunt compartimentate riguros pe discipline școlare ce reflectă domenii științifice distincte: contabilitate, marketing, informatică, educație antreprenorială, educație tehnologică, finanțe, etc, aceste informații se pot constata relativ ușor, dar nu se poate determina stabilitatea unor legături de sinteză între ele. Cunoștințele economice sunt acumulate compartimentat, depozitate compartimentat și reproduse compartimentat, fără a se putea stabili conexiuni între ele. Mai mult elevul are tendința permanentă să perceapă disciplinele economice studiate ca fiind lipsite de legături și nu știe să-și explice fenomene ale realității economico-sociale din perspectiva conexiunilor dintre diferite științe.

Complexitatea fenomenului educațional și diversitatea competențelor și provocărilor cărora trebuie să le facă față, problema soluționării optime a raportului cultură generală - cultură de specialitate la nivelul conținutului învățământului și problema asigurării unei apropieri a școlii de viața reală determină necesitatea apariției și consolidării caracterului interdisciplinar al conținutului învățământului. Opțiunea managerială pentru programarea interdisciplinară a conținutului învățământului solicită un efort de echipă al specialiștilor în vederea corelării conținuturilor.

Abordarea interdisciplinară a învățământului economic poate fi asigurată prin elaborarea corespunzătoare a planurilor de învățământ și a programelor, dar și prin modalități concrete de realizare a învățării și evaluării. În prezent, predarea interdisciplinară în cadrul învățământului economic-tehnic poate fi asigurată de către Firma de Exercițiu.

Mai mult, este clar pentru oricine implicat în didactica materiilor cu profil economic că există o barieră importantă în cazul însușirii cunoștințelor de către elevi: lipsa experienței și a referințelor către activitățile care au loc efectiv în economia reală. La nivel declarativ, această experiență ar trebui dobândită de către elevi pe parcursul stagiilor de practică. Din diverse motive, stagiile de practică au eficiență scăzută și, ca urmare, se pot observa în ultimii ani încercări de creștere a calității procesului de dobândire a cunoștințelor practice, astfel s-a introdus folosirea în procesul didactic a unor metode ca Firma de Exercițiu.

Firma de exercițiu reprezintă o metodă de predare, interdisciplinară, orientată spre practică, reprezentând modelul unei întreprinderi în care activitățile derulate de o firmă reală devin transparente pentru procesul de învățare. Firma de exercițiu, metodă practică de integrare a cunoștințelor de la diverse discipline, determină dobândirea de abilități antreprenoriale, perfecționarea comportamentelor personale și totodată identificarea potențialului propriu al elevilor. Instruirea în firma de exercițiu oferă elevului competențe în ceea ce înseamnă comportamentul profesional, respectiv : „Să știe ce să facă și

să știe cum să facă”. În firma de exercițiu se realizează interdisciplinaritatea conținuturilor de la diverse discipline: economice, contabilitate, informatică, limbi străine, drept și legislație, corespondență comercială, etc.

Firma de exercițiu reprezintă un model al unei firme reale și sunt exersate tranzacții economice existente în firmele reale, fiind structurată, în conformitate cu situația practică, în 7 departamente: resurse umane, secretariat, marketing, desfacere, financiar-contabilitate, etc, își desfășoară activitatea conform legislației în vigoare pentru firmele reale. Firma de exercițiu reprezintă o copie simulată, virtuală, a unei firme reale, în care participanții-elevi, profesori, consultanți -pot realiza și pot efectua singuri toate activitățile unei firme reale cu excepția rulării banilor, efectuării produselor sau serviciilor reale.

Simularea situațiilor de eșec ca și a celor de succes reprezintă pentru experiența elevilor o componentă esențială și necesară a procesului de învățare. Deciziile greșite, care în viața reală ar putea duce până la punerea în pericol a existenței firmei, în firma de exercițiu nu au urmări economice negative datorită caracterului virtual al situațiilor exersate. Însușirea competențelor cheie de tipul: capacitatea de a lucra în echipă, gândirea interdisciplinară, abilități de comunicare, capacitatea de a lua decizii, capacitatea de a lucra sub presiune, siguranță în atitudine, le permite elevilor obținerea unor abilități profesionale și a unei flexibilități indicate pe piața de muncă precum descoperirea afinității față de un anumit loc de muncă. Competențele obținute pot determina reducerea perioadei de acomodare la locul de muncă, aspect deosebit de benefic pentru viitorii angajați.

Puterea firmei de exercițiu stă în relaționarea determinată de derulare de tranzacții pe piața firmelor de exercițiu națională și internațională, precum și de comunicarea cu mediul extern al firmei, respectiv cu: firma reală-parteneră, alți agenți economici, cu instituții ale statului. În cadrul activităților derulate profesorul este moderator, coleg, educator, evaluator, iar elevii sunt cei care învață, colaboratori, întreprinzători activi. În activitățile firmei de exercițiu cooperează cu aceasta firmă parteneră reală, școala, furnizorii și clienții de pe piața firmelor de exercițiu, Centrala firmelor de exercițiu ROCT, alte instituții de stat și private.

### **Implementarea firmei de exercițiu**

Implementarea firmei de exercițiu în cadrul curriculumului școlar necesită parcurgerea în cadrul orelor destinate acestei activități a unor teme succesive, atent structurate:

- Constituirea firmei de exercițiu, având ca obiectiv principal: constituirea firmei de exercițiu și obținerea autorizării în vederea funcționării.
- Organizarea pe departamente, având ca obiectiv: repartizarea personalului pe departamente și organizarea activității în cadrul fiecărui departament. Se poate aborda sistemul: Ce? Cine? Când? Cum? Explicarea fluxului de informații, operațiuni și documente.
- Comunicarea, având ca obiectiv exersare: poșta electronică, documentare pe Internet, stabilirea codului de comunicare în afaceri, comunicarea lingvistică.
- Tranzacții – operațiuni, având ca obiectiv: evidențierea tipurilor de tranzacții, a documentelor aferente și a circuitului documentelor respective. În procesul de lucru utilizarea tehnicii de calcul este indispensabilă, deoarece există cooperare în rețea între diferite departamente și nu în ultimul rând pentru protejarea datelor. La sfârșitul orelor de firmă șeful de departament prezintă tot ce s-a lucrat pentru ca toți elevii să fie informați despre întreaga activitate a zilei respective.
- Organizare de prezentări a firmei de exercițiu având ca obiectiv exersarea pregătirii și derularea unei prezentări. Organizarea de expoziții a firmelor de exercițiu: în școală, la nivel de oraș, la târguri naționale și internaționale.
- Evaluarea în cadrul firmei de exercițiu având ca obiectiv evidențierea modalităților de evaluare cu componentele sale **structurale**.

### **Avantajele învățării prin firma de exercițiu**

Făcând o analiză a activităților și momentelor din viața unei firme de exercițiu se pot desprinde următoarele puncte forte: succesul conceptului de firma de exercițiu, conceptul face parte din programa de învățământ din România, colaborarea între profesorii de discipline diverse (economice, informatică, limbi străine) schimburi de experiență cu firme din alte țări: rolul diferit al profesorului acela de mediator, proces activ de învățare cu accent pe aptitudini.

Ca orice activitate și experiență în curs de derulare în firma de exercițiu se pot identifica următoarele provocări: anumite idei de afaceri nu dispun de o piață largă a firmei de exercițiu dificultăți în cursul procesului de demarare: dificultăți la efectuarea plăților în comerțul internațional, colaborarea

între profesorii de la diverse discipline nu este întodeauna ușoară, probleme tehnice cu furnizorii, de acces la internet, dificultăți la folosirea limbilor străine, ceea ce reflectă și asupra posibilităților de colaborare în rețea. Rezultatele concrete nu au întârziat să apară, în primul rând în planul rezultatelor învățării elevilor în centrul preocupărilor s-a aflat – pe de o parte înființarea de firme de exercițiu în cadrul orelor de laborator tehnologic, la nivelul claselor a XI-a de liceu ruta directă, iar pe altă parte dotarea tehnică a școlii. În cadrul activității desfășurate în firmele de exercițiu au fost inițiate relații comerciale interne și internaționale, au fost organizate participări la târguri ale firmelor de exercițiu din țară și din străinătate.

Prin participarea și implicarea în realizarea tranzacțiilor în cadrul târgurilor firmelor de exercițiu, elevii simulează viitoarea lor participare la un târg de firme reale. Astfel din școală se realizează trecerea de la piața „virtuală” la piața unei economii reale prin firma de exercițiu. Toate realizările de până acum ne îndreptătesc să credem că firma de exercițiu este o soluție pentru dezvoltarea resurselor umane și desigur implicit, pentru dezvoltarea mediului de afaceri, în vederea creșterii competitivității firmelor reale pe piața internă și internațională.

Dezvoltarea unei activități de antreprenoriat nu este un lucru ușor, iar persoanele care doresc necesită un set comun de caracteristici, calități, abilități și competențe în vederea creșterii șanselor de reușită. Pentru a deveni antreprenor și a transforma afacerea ta într-una de succes e nevoie să îmbini o multitudine de calități, abilități și competențe (convingerea cu care îți comunicî ideile, responsabilitatea pentru acțiunile personale, capacitatea de comunicare și de relaționare eficientă cu cei din jur, capacitatea de a-ți manageria timpul, abilitatea de a vinde, capacitatea de a acumula noi cunoștințe și de a le pune în practică, capacitatea de a stabili prioritățile și de a crea un echilibru între viața profesională și cea personală) ce pot fi activate, formate, dezvoltate și ghidate corect cu ajutorul metodei „firma de exercițiu”.

O persoană cu abilități antreprenoriale poate avea aproape orice profesie, dar obligatoriu trebuie să aibă cunoștințe și aptitudini care să-i permită lansarea și dezvoltarea unei afaceri. De aceea, prin intermediul firmei de exercițiu elevii practică și își cultivă diverse competențe și abilități privind înființarea și dezvoltarea unei afaceri, de la cunoștințe și atitudini cu caracter general, referitoare la antreprenoriat, până la aptitudini și abilități specializate, legate de domeniul afacerilor, într-o abordare transdisciplinară prin înțelegerea lumii prezente, între, înăuntrul și dincolo de disciplinele studiate.

Firma de exercițiu permite abordarea integrată a curriculumului și formarea, respectiv dezvoltarea de abilități și competențe specifice „evoluției” personale și profesionale ale elevilor (abilitatea de a învăța și practica, competențe economice, tehnice, antreprenoriale, sociale, instrumentale) transferabile și durabile în timp cu accent pe aspectele relevante ale vieții reale (personală și profesională): identificarea de soluții practice și oportune în diferite contexte, rezolvarea de probleme din viața reală, luarea de decizii în situații limită, etc. Învățarea, formarea și dezvoltarea abilităților și competențelor profesionale, în general, respectiv antreprenoriale, în special, prin intermediul firmei de exercițiu constituie un prim pas în facilitarea trecerii de la poziția de practicant la cea de practician întrucât, procesul de formare este complex, de durată și necesită experiențe, know-how și „șlefuire” de-a lungul întregii vieți. Între un practicant și un practician nu poate fi niciodată un antagonism, ci este, din contră, o înlesnire continuă a practicantului de a deveni practician.

## **Bibliografie:**

1. Crețu Daniela, Daniliuc Felix-Silviu, 2012 - Ghid practic pentru antreprenori, Editura Universul juridic, București
2. Larry Farrell, (Traducere-Ioan Lică Gabi), 2012 - Cum sa devii antreprenor. Dezvoltă-ți propria afacere!, Editura Curtea Veche, București
3. BOE, G. et al(2005), Din școală în viață prin firma de exercițiu, E.D.P., București.
4. CRAIA, S. (2001), Dicționar de comunicare, Editura AGER, București.
5. Ghid practic pentru antreprenori, Universul Juridic, București, 2012
6. NICULESCU, O. (2003), Sistemul organizatoric al firmei, Editura Economică, București.
7. \*\*\*[www.roct.ro](http://www.roct.ro).

### Studiu de caz MOBEXPORT

#### Continutul cazului

Exportatoare tradițională de mobilă, firma S.C.MOBEXPORT S.A. a urmărit, în ultimi ani, să ia măsuri care să-i permită menținerea pe piață internațională. Pe de o parte, dificultățile cu care se confruntă economia românească și care s-au repercutat și asupra firmei (costul materiei prime a crescut, productivitatea s-a menținut scăzută, s-au întâmpinat greutăți în aprovizionarea cu materii prime datorită blocajului financiar ) au avut drept consecință scumpirea produselor finite ale acesteia, fiind nevoită să facă restructurări de personal și nu poate respecta întotdeauna termenele de livrare. Pe de altă parte, greșelile de management și climatul de instabilitate au avut, la rândul lor, o anumită contribuție la sporirea greutăților firmei.

Astfel, Mobexport a ajuns într-o situație delicată. De ani de zile, ea exportă articole de mobilier în Olanda. Cercurile de afaceri care reprezintă consumatorii au preferat întotdeauna mobilă stil. Firma românească are tradiție în producerea acestui tip de mobilă, așa că ani buni exportul în Olanda s-a realizat fără probleme. Mobila românească a fost importată de mai multe firme olandeze care au adus în permanență sugestii cu privire la îmbunătățirea calității, designului și finisajului acesteia. Mecanismul este particularizat în sensul că de fiecare dată se hotărăște cum trebuie realizată mobila, potrivit specificațiilor importatorilor olandezi. Societatea Mobexport a încheiat contracte de reprezentanță și comision, fără să se insiste asupra precizării exacte a atribuțiilor și sferei de influență ale intermediarilor.

Ca urmare , pe fondul dificultăților înregistrate de firma românească, ea a constatat că, deși este în măsură să ofere în continuare marfă, nu mai poate să asigure gama sortimentală solicitată de piața olandeză. În același timp, relațiile cu intermediarii au început să se diferențieze. În timp ce 1-2 reprezentanți au acceptat să servească interesele firmei românești, majoritatea comisionarilor a inclinat să renunțe la contracte motivând diminuarea comisioanelor, neregularitatea livrărilor, prețurile prea mari și dificultățile de comunicare cu conducerea Mobexport, ca urmare a schimbării repetate a managerilor.

În această situație , managerul general al societății românești a convocat Consiliul de Administrație căruia i-a prezentat situația în care s-a ajuns. Ca urmare a discuțiilor care au urmat , s-a hotărât efectuarea unei investigații amanunțite pentru a clarifica lucrurile.

Cu efectuarea investigației a fost însărcinat un grup de lucru format din specialiști ai compartimentului tehnic, ai serviciului financiar-contabil și ai serviciului desfacere care se ocupa de export. În contextul acțiunii de cercetare s-a hotărât și trimiterea în Olanda a unui economist care se ocupa de derularea contractelor cu firmele olandeze importatoare, pentru a culege informații de la fața locului.

Dupa o luna, pe masa managerului general al S.C. Mobexport S.A. se afla raportul întocmit de grupul de lucru numit să studieze situația. Din aceasta reiese că mobila românească este puțin cunoscută de către cumpărători , se vinde la prețuri diferite pentru același sortiment, mulți dintre

importatori acorda putina atentie promovarii produsului romanesc, fiind angrenati si în alte afaceri, reprezentand si alte firme din diferite tari, unii dintre ei avand ca obiect de activitate si alte produse , pe langa mobila.

Managerul general a informat membrii Consiliului de Administratie despre cele constatate si acestia au cerut elaborarea unui program coerent prin a carui aplicare sa se redreseze exporturile in Olanda. Rămânea numai să se elaboreze raportul pentru ca să se pună în mișcare angrenajele care să permită realizarea obiectivului.

○ **Instrucțiuni pentru participanți**

- I. Stabiliți un plan de acțiune. Organizați echipa în funcție de obiectivele stabilite.  
Facilitatorul vă va spune cât timp aveți.
- II. În calitate de prieten și / sau colaborator trebuie să întocmiți un plan pentru creșterea performanței S.C. MOBEXPORT S.A..  
S e cere:
  - a. Prezentați modul în care a procedat S.C. MOBEXPORT S.A.
    - i. Identificarea problemei de bază
    - ii. Elementele componente ale problemei centrale
  - b. Recomandări pentru situațiile create
    - i. Identificarea soluțiilor alternative
    - ii. Evaluarea situațiilor alternative
    - iii. Transpunerea în practica a soluțiilor alternative
  - c. Informațiile adunate și prezentarea voastră vor fi judecate în funcție de următoarele criterii:
    - Punctualitatea în depunerea proiectului
    - Calitatea și relevanța informațiilor
    - Scopul informației (cât de completă a fost )
    - Precizia și corectitudinea informațiilor
    - Utilitatea informațiilor
    - Expunerea și prezentarea informațiilor
    - Respectarea sursei bibliografice



## Studiu de caz Čokoláda

Čokoláda este prezentă pe piața din România de la începutul anilor '97, cu mult înainte de a avea un nume, iar acum produce în fiecare an cele mai rafinate produse de cofetărie. Astfel, în cel mai scurt timp, a devenit un brand de succes. La începutul anilor 2015, compania a trecut printr-un proces și și-a oprit activitatea.

În 2018, doi tineri, Iulian și Florin, au hotărât să preia brandul și să redefinească conceptul "Čokoláda". Iulian a preluat partea administrativă, având background-ul necesar, iar Florin, fiind de profesie cofetar, se ocupă de producție și de dezvoltarea de noi concepte culinare.

Pentru utilizarea brandului, cei doi antreprenori trebuie să platească:

| Anul 1      | Anul 2      | Anul 3      | Anul 4      | Începând cu Anul 5 |
|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------------|
| 50.000 euro | 55.000 euro | 65.000 euro | 70.000 euro | 25.000 euro        |

Se estimează că vor obține următoarele venituri din fabricarea și comercializarea produselor de cofetărie:

| Anul 1      | Anul 2      | Anul 3      | Anul 4      | Începând cu Anul 5 |
|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------------|
| 30.000 euro | 45.000 euro | 60.000 euro | 70.000 euro | 80.000 euro        |

Cei doi dispun de un buget de investiții repartizat astfel:

| Anul 1      | Anul 2      | Anul 3      |
|-------------|-------------|-------------|
| 50.000 euro | 30.000 euro | 10.000 euro |

- 1) Cum proiectați ideea de business a celor doi?
- 2) Care sunt elementele cheie ale celor doi și ce oportunități au cei doi antreprenori?
- 3) Cum pot obține performanța cei doi?
- 4) Ce ar trebui să nu facă cei doi antreprenori pentru ca Čokoláda să devină o valoare?

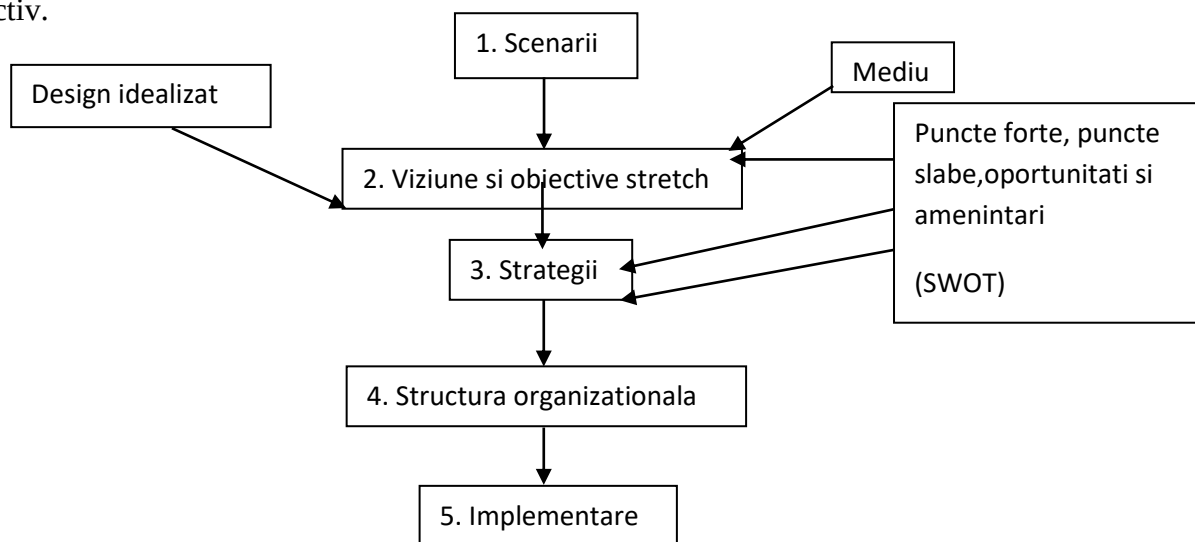
## Studiu de caz Li&Fung

Li&Fung este prezenta pe piata plata inca de la inceputul anilor '80, cu mult inainte de a avea un nume iar acum produce in fiecare an peste doua milioane de articole de imbracaminte, jucarii sau alte bunuri de consum. In prezent, Li&Fung a investit peste 8 miliarde de dolari in haine si bunuri de consum pentru unele dintre cele mai faimoase branduri din lume. In anul aniversarii centenarului Li&Fung, acesta devenise cea mai mare companie de distributie din lume, ajungand la o rata medie anuala de crestere de 23 la suta in ultimii 14 ani.

Pe 30 martie, Li&Fung a primit de la un retailer american o comanda de 300.000 de perechi de pantaloni de barbati scurți. Li&Fung nu detine nicio fabrica, nicio masina de tesut, nici vopsele, tesaturi sau fermoare. In mod direct, nu este angajata nici macar o croitoreasa. Si cu toate acestea comanda trebuie livrata intr-o luna. Dat fiind ca respectiva comanda trebuie livrata intr-un timp scurt, comanda este impartita la trei fabrici, propunand comerciantului sa editeze pe eticheta produsului si pretul de vanzare.

Daca ati fi in locul Li&Fung:

- 1) Cum proiectati si administrati comanda, si cum veti proceda pentru a oferi solutii clientilor?
- 2) Ce tip de management ati abordat?
- 3) Cum comentati urmatoarea afirmatie raportata la cazul Li&Fung: "Performanta se reduce la dezvoltarea de abilitati in anumite domenii, protejarea secretelor comerciale si eliminarea rivalilor, uneori chiar si a partenerilor. Valoarea rezulta din lupta pentru o parte dintr-un sector limitat si prin protejarea unor competente cheie."
- 4) Ce oportunitati a valorificat Li&Fung?
- 5) Cum comentati propunerea Li&Fung ca preturile produselor sa fie atasate inca din fabrica?
- 6) Cine trebuie sa rezepteze punctual de interes: Li&Fung sau furnizorii? Argumentati.
- 7) Care sunt avantajele productiei in paralel adoptate de Li&Fung?
- 8) Daca produsele se vand bine pe piata din SUA, iar comenzile sunt reinnoite, ce trebuie sa faca Li&Fung?
- 9) Cum poate Li&Fung asigura conformitatea productiei si a serviciilor fara a impune controale rigide?
- 10) In ce fel este influentata afacerea Li&Fung de cerintele legate de responsabilitatea sociala si ecologica, si cum poate minimiza efectele negative?
- 11) Managerii Li&Fung elaboreaza strategiile mentinand un echilibru intre stabilitate si reinnoire. Procesul este initiat din varful organizatiei si se dezvolta de jos in sus si de sus in jos intr-un proces interactiv.



Care este cel mai bun ciclu de planificare pentru Li&Fung? Un an? Trei ani? Cinci ani? Argumentati.  
12) O pereche de pantaloni barbatesti scurți costa 2 dolari in fabrica, dar se vinde in magazine cu 8 dolari. Cum se poate recupera diferenta de 6 dolari?

| Componenta                            | Cost adaugat | Componenta                          | Cost |
|---------------------------------------|--------------|-------------------------------------|------|
| <b>Costuri de fabricatie in afara</b> |              |                                     |      |
| Transport si impozite                 | 0,1          | Rezerva pentru reduceri de pret     | 0,8  |
| Livrare si asigurare                  | 0,22         | (50%)                               |      |
| Reduceri pentru marfurile cu defecte  | 0,48         | Buget marketing                     | 0,3  |
| Depozitare si distributie             | 0,24         | costuri suplimentare                | 0,9  |
| Finantare (6 luni-10%)                | 0,1          | inchirieri, utilitati, echipamente  | 0,8  |
| Impozite                              | 0,2          | General, administrativ si finantare | 0,6  |
| Profit angro dupa taxare              | 0,6          | Impozite                            | 0,3  |
| <b>Costuri de fabricatie in afara</b> | <b>2</b>     | Profit retailer dupa impozitare     | 0,3  |
| <b>Taxe colectate de magazii</b>      | <b>4</b>     |                                     |      |

### Pretul produsului pe raft 8

Pentru pregatirea acestui studiu de caz aveti la dispozitie 2 ore, iar pentru prezentare max.10 min., inclusiv sesiunea de intrebari. Succes!!

1) Date ce trebuie colectate despre Li&Fung:

Li&Fung a fost fondata in anul **1906** in **Guangzhou (Canton)** de catre Fung Pak-liu (d. 1943), un profesor de limba engleza, si Li To-Ming, un comerciant local, a carui familie a detinut un magazin de portelan.

**A pornit ca broker comercial de portelan, focuri de artificii, jad artizanat si matase, in principal in Statele Unite ale Americii.**

In 1937, fiul lui Fung Fung Hon-chu a deschis prima filiala a companiei din afara Chinei in Hong Kong și ulterior s-a transformat in transportator. Li a vandut 300 de actiuni ale companiei in 1946, lasand compania in mainele familiei Fung. In 1951, din cauza unui embargo comercial al Organizatiei Natiunilor Unite privind China, Hong Kong a inceput fabricarea textilelor si materialelor plastic. Cu aceasta schimbare Li&Fung a inceput exportul cu articole de imbracaminte, jucarii, peruci si flori de plastic.

Li&Fung are peste 300 de birouri in 40 de piete, care leaga aproximativ 15.000 de furnizori cu 8.000 de clienti prin intermediul serviciilor sale.

Pe site-ul oficial <http://www.lifung.com/> - au fost deja publicate date financiare aferente anului 2015:

- Cifra de afaceri totala a scazut cu 2,4% la 18.831 milioane \$
- Profitul operational a scazut -15,2% la 512 milioane \$
- Rezultatul pe actiune a fost de 39,1 centi HK (echivalent cu 5,04 centi in SUA), o scadere de la 41,1 centi HK (echivalent cu 5,29 Centi in SUA) in 2014

Studiul de caz este structurat pe conceptual de **“piata plata”**: raspandirea lantului de distributie, aduce imense posibilitati pentru schimbarea modului in care sunt facute afacerile in aceasta lume, precum si a modului in care sunt planificate si conduse companiile.

Esenta livrării in timp il reprezinta **“orchestrarea”** unei retele intr-o **lume plata**: nasturii vin din China, fermoarele din Japonia, fibrele sunt trase in Pakistan, tesute si vopsite in China, apoi articolul este cusut in Bangladesh - pentru ca toate perechile sa arate identic.

1.Cum proiectati si administrati comanda si cum va proceda pentru a oferi solutii specific clientilor (are o vasta retea )?

In primul rand el este cel care coordoneaza comanda; el proiecteaza si administreaza retelele: din cei 15.000 de furnizori alege jucatorii care vor participa la realizarea acestei comenzi. El stabileste valorile si cutura retelei sale, dezvoltand principii calauzitoare in timp ce invata din practicile retelei de distributie.

2.Ce tip de management abordati ?

Intrucat nu detine mijloace de productie are nevoie de o forma de leadership si coordonare, pentru a nu sfarsi in haos. Spre deosebire de sistemele rigide de control, el trebuie sa se bazeze nu doar pe recompense, ci si pe combinatia intre delegare de responsabilitati si incredere. El este un dirijor de orchestra. Dirijorul s-ar putea sa nu detina priceperea de a face angajari sau de a concedia oameni, el insa coordoneaza un grup de muzicieni extrem de talentati.

3.Cum obtineti performante ?

Li&Fung se afla la polul opus al firmei tradiționale. Intr-o retea cu foarte multi jucatori se pune accent pe integritate si interconectare, precum si stabilirea unui prag de performanta si de castigare a proprietatii intelectuale specifice in cadrul retelei, si nu la nivel individual.

4.Ce oportunitati a valorificat Li&Fung ?

A creat o retea de distributie eficienta: Doi retailer din colturi diferite ale orasului ar crede ca se afla in competitie directa, insa aceasta este doar o iluzie, individual vorbind ei nu se afla in competitie. De ce ? Fiecare magazin are propriul lant de distributie, care incepe de la raft si continua pana afara in lume. Cel mai performant lant de distributie va castiga competitia. Inainte ca un client sa faca primul pas in magazin , jocul este de multe ori deja incheiat, castigatorul fiind lantul de distributie care se dovedeste superior din punct de vedere al eficientei, lant care face parte din universul furnizorilor . Nu te mai poti inscrie intr-o competitie doar cu firma separata de reteaua ta .

5.Cum comentati propunera Li&Fung ca preturile produselor sa fie atasate inca din fabrica ?

Made in Romania: Cum sa stabileasca un pret furnizorul ( care este cu mult mai mare decat costul de productie ) ? Vor aparea negocieri mai dure si la mai multe cereri din partea furnizorului ?

Traim intr-o societate de consum in care competitia dintre vanzatori face ca preturile sa fie scazute.In plus, furnizorii stiu de adaosul retailerilor – si oricum nu este greu de aflat intr-o lume in care datele nu pot fi securizate. Grija de a nu dezvalui pretul apare atunci cand o parte este preocupata sa castige mai mult ( piata imatura din Romania ), cumparatorul face presiune pe furnizor sa reduca pretul, care reduce costurile cat sa acopere propriile cheltuieli, insa este o lupta a celor multi pentru putin.

6.Cine trebuie sa reprezinte punctul de interes :Li&Fung sau furnizorii ? Argumentati !

Intrebarea este strans legata de modul in care s-au colectat date despre societate .

Oamenii de afaceri trebuie sa imbine stiinta de a-si conduce propriile firme cu stiinta de a orchestra o retea mai complexa. Atunci cand detii propria afacere, grija ta principala devine intr-o oarecare masura utilizarea propriilor capacitati, in loc de satisfacerea cererii din partea clientilor. Acest model poate fi utilizat intr-o lume uniforma.

Intr-o retea se identifica nevoia clientului, apoi se construiesc un lant de furnizori pentru fabricare sau un lant cu valoare de serviciu, pentru a satisface acea nevoie

7.Care sunt avantajele productiei in paralel adoptate de Li&Fung ?

Productia in paralel la cele trei fabrici a redus timpul de productie , insa pentru a se asigura ca toate produsele arata la fel: acestea au fost asamblate intr-o singura tara, Bangladesh.

8.Daca produsele se vand bine pe piata din SUA , iar comenzile sunt reinnoite, ce trebuie sa faca Li&Fung ?

Pentru a raspunde prompt cerintelor pietii, Li&Fung trebuie sa dezvolte o retea intr-o alta tara mai aproape de piata finala, pentru a reduce saptamani intregi din timpul de livrare, de exemplu America de Sud.

9.Cum poate Li&Fung asigura conformitatea productiei si serviciilor fara a impune controale rigide ?

Conformitatea se poate referi mai mult la recompense, si mai putin la pedepse ( desi combinatia dintre acestea doua poate fi valabila). Atentia cade pe stabilirea unor repere clare , pe instruire, iar apoi pe inspectii menite sa garanteze rezultate bune. Supravegherea atenta este solutia cea mai buna :un audit preliminar, cu planuri de actiuni corective pentru elementele care nu sunt corespunzatoare, un audit final si audituri periodice inopinate.

10.In ce fel este influentata afacerea Li&Fung de cerintele legate de responsabilitate sociala si ecologica, si cum poate minimiza efectele negative ?

Afacerea Li&Fung este influentata intr-o foarte mare masura, dat fiind structura retelei, dar si de faptul ca un client poate afla despre politica salariala si conditiile de munca care exista in special in tarile sarace sau in curs de dezvoltare.

Ca masura Li&Fung a emis un cod de conduita.

11.Care este cel mai bun ciclu de planificare pentru Li&Fung? Un an? Trei ani? Cinci ani?

In economia actuala companiile au nevoie de flexibilitate pentru a putea raspunde rapid schimbarilor, dar au nevoie de suficienta stabilitate pentru ca managerii sa isi idea seama daca au reusit sau au dat gres. Planurile pe cinci ani dureaza prea mult, iar bugetele pe un an sunt prea mici pentru a construi ceva semnificativ.

Planificarea obiectivelor o data la trei ani iti dă senzatia ca lucrezi pentru o noua companie. In loc sa schimbi firmele, ramai in cadrul aceleiasi firme decenii la rand,cu reinnoiri profesionale si noi provocari.

12.O pereche de pantaloni barbatesti scurti costa 2 dolari in fabrica,dar se vinde in magazine cu 8 dolari,cum se poate recupera diferenta de 6 dolari?

Se observa ca se adauga mai multa valoare costului, dupa care produsul paraseste fabrica

## BAREM DE CORECTARE

| Echipa | Colectare a informatiilor despre Li&Fung | Q1-5p | Q2-5p | Q3-5p | Q4-5p | Q5-5p | Q6-5p | Q7-5p | Q8-5p | Q9-5p | Q10-5p | Q11-5p | Q12-5p | Prezentare40p | Total-100p |
|--------|------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|---------------|------------|
| 1      |                                          |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        |               |            |
| 2      |                                          |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        |               |            |
| 3      |                                          |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        |               |            |
| 4      |                                          |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        |               |            |
| 5      |                                          |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        |               |            |
| 6      |                                          |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        |               |            |
| 7      |                                          |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        |               |            |

## COORDONATORI :

Dărmănescu Sonica – prof. Coordonator Centru de resurse Firmă de exercițiu

Bocsok Gabriela – director, prof .Științe economice

Tudor Mihaela– director adjunct, prof .Științe economice

Badeaon Mariana – prof .Științe economice

Vlaicu Oana – prof. Științe economice

## COLABORATORI :

Vișan Corina- prof Alimentatie publică

Bădăraș Lăcrămioara- prof Alimentație publică

Giurgea Daniela - prof Alimentație publică

Fiștoc Mihaela – prof. Științe economice

Botezatu Mărioara – prof. Științe economice

Stanciu Dorin– prof. Științe economice

Huștiu Maria -prof. Științe economice

Taban Carmen -prof. Științe economice

Niculițov Gina – prof Științe economice

Savin Gabriela – prof. Turism

## COLECTIV DE REDACȚIE:

Bandraburu Raluca– elev

Dumitran Giulia – elev

Niscoveanu Iulian - elev

Bratu Elana– elev

ISSN 2068-3022