

Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova

I.P. Centrul de Excelență în Energetică și Electronică

„Aprob”

Mariana BARLADEAN,

Directoare I.P. Centrul de Excelență în Energetică și
Electronică

"17" septembrie 2025



Curriculum la unitatea de curs

G.03.O.006 Bazele antreprenoriatului

Programul de studii: **0713.6 Rețele electrice**

Calificarea: **311304 Tehnician electrician/tehniciană electriciană**

Chișinău 2025

Aprobat la :

Consiliul metodic științific al I.P. Centrului de Excelență în Energetică și Electronică din
15.09.2025, director adjunct pentru instruire Virgil BANTAȘ _____

Ședința Catedrei Electrotehnică a I.P. Centrul de Excelență în Energetică și Electronică din
09.09.2025, șef catedră Ceca Svetlana _____

Autor:

Cușnir Natalia, profesoară discipline economice, grad didactic Superior, I.P.CEEE

Recenzenți:

1. Viorica HLUSOV, șef departament Energetică, Facultatea Energetică și Inginerie Electrică, UTM.
2. Andrei PUȚUNTICĂ, Director tehnic, SAVTELS S.R.L.
3. Viorel CIOBANU, Director tehnic, COMPANIA ELECTRICĂ S.R.L.

Adresa Curriculumului în Internet:

<https://ceee.md/programe-de-formare-profesionala/>

Cuprins:

I. Preliminarii	4
III. Competențe profesionale și rezultate ale învățării	4
V. Repartizarea orientativă a orelor pe unități de învățare.....	6
V. Unitățile de învățare	7
VII. Studiu individual ghidat de profesor	17
VIII. Lucrările practice/de laborator recomandate	20
IX. Sugestii metodologice	21
X. Sugestii de evaluare	24
XI. Resursele necesare pentru atingerea rezultatelor învățării	24
XII. Resursele didactice recomandate elevilor	25

I. Preliminarii

Curriculum modular la unitatea de curs **Bazele antreprenoriatului** este parte componentă a programului de formare profesională la componenta fundamentală în conformitate cu Planul de învățământ aprobat de Ministerul Educației, număr de înregistrare nr. SC-122/24, Program de formare profesională 0713.6 Rețele electrice, termenul de studii 2 ani, pentru calificarea 311304 **Tehnician electrician/ tehniciană electriciană**.

Unitatea de curs **Bazele Antreprenoriatului** constituie o componentă esențială în formarea profesională a elevilor, având rolul de a facilita tranziția de la instruirea teoretică la aplicabilitatea practică în mediul de afaceri. Într-o economie de piață dinamică, spiritul antreprenorial devine o competență-cheie, permițând viitorilor specialiști să își valorifice potențialul creativ și expertiza tehnică prin inițiative economice proprii.

Scopul unității de curs este de formare și dezvoltare a culturii antreprenoriale a elevilor prin asimilarea conceptelor fundamentale de gestionare a afacerilor, în vederea proiectării unei cariere de succes și a administrării eficiente a entităților economice în contextul legislativ național.

Obiectivele generale ale cursului:

Cognitive: Însușirea terminologiei specifice și a mecanismelor de funcționare a întreprinderii ca sistem socio-economic.

Funcționale: Aplicarea normelor juridice și a strategiilor de management în lansarea și administrarea activităților antreprenoriale.

Actionale: Elaborarea planului de afaceri ca instrument strategic de planificare, evaluare și atragere a resurselor financiare.

Atitudinale: Dezvoltarea gândirii critice și a responsabilității decizionale în contextul riscului și oportunităților de piață.

Studierea unității de curs Bazele Antreprenoriatului se fundamentează pe un set de competențe transversale și specifice, dobândite anterior de către elevi:

Competențe matematice și digitale: Esențiale pentru realizarea calculelor economice, proiecțiilor financiare și utilizarea instrumentelor software în elaborarea planului de afaceri.

Competențe de comunicare: Necesare pentru argumentarea ideilor de business și prezentarea persuasivă a proiectelor antreprenoriale.

Competențe de specialitate: Cunoștințele tehnice specifice meseriei sunt vitale pentru identificarea oportunităților de piață și transformarea abilităților practice într-o ofertă de servicii sau produse viabile.

II. Motivația, utilitatea unității de curs pentru dezvoltarea profesională

Studierea acestei unități de curs este esențială în pregătirea viitorului specialist, oferindu-i instrumentele necesare pentru a interacționa direct cu realitățile economice. Prin aplicarea cunoștințelor dobândite, absolventul va putea acționa prompt în:

Implementarea proiectelor investiționale: Transformarea ideilor tehnice în planuri de afaceri viabile.

Managementul calității: Crearea și livrarea unor produse/servicii competitive în termene optime.

Optimizarea costurilor: Gestionarea riguroasă a cheltuielilor de producție pentru a asigura sustenabilitatea afacerii.

Orientarea către client: Satisfacerea nevoilor consumatorilor la standarde superioare.

Unitatea de curs cultivă o gândire critică și inovativă, indispensabilă tehnicianului modern pentru a se adapta rapid la fluctuațiile pieței și la progresul tehnologic. Cunoștințele acumulate permit înțelegerea importanței gestionării eficiente a resurselor (umane, materiale și financiare), pilonul central al succesului pe termen lung în cariera antreprenorială. Astfel, „Bazele Antreprenoriatului” formează profesioniști capabili să adopte decizii economice responsabile, în deplin acord cu rigorile industriei.

III. Competențe profesionale și rezultate ale învățării

Competențele profesionale:

CP 7. Realizarea controlului calității lucrărilor executate.

CP 10. Comunicarea eficientă cu superiorii și membrii echipei în activitatea profesională.

Rezultatele învățării. La sfârșitul unității de curs elevii vor fi capabili să:

- estimeze eficiența funcționării echipamentelor electrice de distribuție.
- comunice eficient, în mod verbal și în scris, cu personalul ierarhic superior și cel din subordine.

Pentru a atinge rezultatele învățării, după studierea unității de curs *Bazele antreprenoriatului*, elevul va fi capabil:

- să identifice oportunitățile de dezvoltare personală și profesională prin autoevaluarea propriului profil în raport cu trăsăturile antreprenoriale și generarea de idei inovatoare.
- să aplice cadrul legal și normativ specific activității de întreprinzător din republica moldova pentru selectarea formei juridice optime și lansarea unei afaceri proprii.
- să analizeze posibilitățile de susținere și finanțare a afacerii prin identificarea programelor de stat, a liniilor de creditare și a rețelelor de parteneriat strategic.
- să gestioneze resursele umane ale afacerii prin planificarea necesarului de personal și aplicarea strategiilor de motivare financiară și non-financiară a angajaților.
- să administreze resursele materiale și procesele operaționale, asigurând verificarea calității rezultatelor obținute în raport cu standardele de eficiență stabilite.
- să evalueze dimensiunile pieței și comportamentul consumatorului utilizând instrumente de marketing pentru identificarea segmentului țintă și a avantajului competitiv.
- să elaboreze mixul de marketing (produs, preț, distribuție, promovare) adaptat sectorului economic și profilului consumatorului pentru creșterea profitabilității.
- să monitorizeze managementul financiar prin estimarea necesarului de capital, analizarea fluxului de numerar și implementarea măsurilor de gestionare a riscurilor.
- să determine eficiența economico-financiară a afacerii pe baza calculului indicatorilor de profit, rentabilitate și a punctului de echilibru (pragul de rentabilitate).
- să proiecteze și să susțină public planul de afaceri, utilizând instrumente digitale și tehnici de comunicare argumentată pentru atragerea potențialilor investitori.

IV. Administrarea unității de curs

Semestru	Număr de ore				Forma de evaluare	Număr de credite
	Total ore	Ore de contact direct		Studiu individual		
		Teorie	Practică/Laborator			
III	90	50	10	30	examen	3

V. Repartizarea orientativă a orelor pe unități de învățare

Nr. crt.	Unități de învățare	Număr de ore			
		Total	Contact direct		Studiu individual
			Teorie	Practică/Laborator	
	Modulul 1. Antreprenoriatul – o opțiune de carieră	18	10	2	6
1.	Oportunități pentru dezvoltarea carierei personale/profesionale	2	2		
2.	Primii pași spre o activitate antreprenorială	4	2		2
3.	Rolul antreprenoriatului în economia națională	4	2		2
4.	Cadrul legal privind activitatea antreprenorială în Republica Moldova	8	4	2	2
	Modulul 2. Elemente de management și gestionarea riscurilor	18	10	2	6
5.	Planificarea unei activități antreprenoriale	2	2		
6.	Organizarea și coordonarea unei activități antreprenoriale	4	2		2
7.	Motivarea angajaților	8	4	2	2
8.	Controlul afacerii și gestionarea riscurilor	4	2		2
	Modulul 3. Finanțarea și evidența activității antreprenoriale	18	12	2	4
9.	Capitalul necesar pentru afacerea mea	4	2		2
10.	Venituri și cheltuieli	8	4	2	2
11.	Gestionarea finanțelor	4	4		
12.	Eficiența economico-financiară	2	2		
	Modulul 4. Marketing	16	10	2	4
13.	Marketingul și utilitatea lui în afaceri	2	2		
14.	Piața și clienții. Cercetarea de piață	2	2		
15.	Concurența	2	2		
16.	Produsul și formarea prețului	6	2	2	2
17.	Promovarea, plasarea și distribuția. Planul de marketing	4	2		2
	Modulul 5. Planificarea unei afaceri	20	8	2	10
18.	Planificarea – cheia succesului unei activități antreprenoriale	4	2		2
19.	Planul de afaceri	12	4	2	6
20.	Prezentarea planului de afaceri	4	2		2
	Total	90	50	10	30

V. Unitățile de învățare

Unități de competență	Unități de conținut	Abilități
1. Oportunități pentru dezvoltarea carierei personale/profesionale		
UC1. Identificarea oportunităților pentru dezvoltarea personală și profesională	1. Calitățile unei persoane, unui angajat de succes 2. Calitățile și imaginea profesională a unui antreprenor. 3. Elementele de etică profesională. Noțiuni de etică: comportament, atitudine, etc. 4. Riscurile și beneficiile unei activități antreprenoriale și rolul antreprenorilor în societate. Noțiuni de riscuri, beneficii, oportunități și amenințări	A1.Analizarea propriului profil în raport cu trăsăturile unui angajat de succes pentru identificarea punctelor de dezvoltare. A2.Proiectarea unei imagini profesionale adecvate statutului de antreprenor prin comunicare și atitudine. A3.Aplicarea normelor de etică și deontologie în relațiile profesionale și în rezolvarea dilemelor de comportament. A4.Evaluarea raportului dintre riscuri și beneficii în inițierea unei activități economice. A5.Identificarea oportunităților și amenințărilor din mediul extern pentru dezvoltarea carierei sau a afacerii. A6.Argumentarea rolului și impactului pozitiv al antreprenorului în dezvoltarea durabilă a societății.
2. Primii pași spre o activitate antreprenorială		
UC2. Identifica idei si posibilitati de lansare a unei afaceri	1. Analizarea posibilitatilor de a genera valoare pentru alte persoane 2. Oportunitati de lansare a unei activități antreprenoriale și criterii de evaluare a viabilității acesteia. 3. Modalități de inițiere a unei afaceri: prin lansare de la „zero”, prin cumpărarea unei afaceri existente, prin contractul de franchising (franciză). Valori și realități social – economice	A7.Identificarea nevoilor și problemelor consumatorilor pentru a genera valoare adăugată prin soluții antreprenoriale. A8.Evaluarea viabilității unei idei de afaceri pe baza unor criterii economice și sociale elementare. A9.Diferențierea modalităților de inițiere a unei afaceri prin analizarea avantajelor și dezavantajelor pentru lansarea de la zero, achiziție sau franciză. A10.Analizarea contextului social-economic local pentru a detecta oportunități de afaceri relevante. A11.Selectarea celei mai potrivite forme de lansare a afacerii în funcție de resursele disponibile și nivelul de risc acceptat. A12.Aplicarea valorilor etice și economice în procesul de transformare a unei idei în oportunitate de afaceri.
3. Rolul antreprenoriatului în economia națională		

Unități de competență	Unități de conținut	Abilități
UC3. Analiza posibilităților de susținere a propriei afaceri	1. Întreprinderile mici și mijlocii (IMM) și rolul acestora în economia Republicii Moldova. 2. Programe pentru susținerea IMM. Asociațiile de business - oportunități de colaborare și dezvoltare a activităților antreprenoriale.	A13.Clasificarea întreprinderilor în categoria celor mici și mijlocii pe baza criteriilor legislative în vigoare în Republica Moldova. A14.Analizarea indicatorilor care definesc rolul și ponderea sectorului IMM în economia națională. A15.Identificarea programelor de stat și a liniilor de finanțare disponibile pentru susținerea start-up-urilor și a afacerilor existente. A16.Evaluarea beneficiilor colaborării cu asociațiile de business și structurile de suport pentru dezvoltarea activității antreprenoriale. A17.Selectarea celor mai potrivite instrumente de asistență (financiară, consultativă sau de mentorat) în funcție de nevoile specifice ale afacerii. A18.Utilizarea platformelor informaționale oficiale pentru monitorizarea oportunităților de subvenționare și granturi destinate IMM-urilor.
4. Cadrul legal privind activitatea antreprenorială în Republica Moldova		
UC4. Aplicarea cadrului legal privind activitatea antreprenorială în vederea lansării unei afaceri proprii	1. Cadrul legal cu privire la activitatea antreprenorială: Codul Civil, Codul Muncii, Codul Fiscal, Legea cu privire la antreprenoriat și întreprinderi, Legea cu privire la IMM etc. 2. Înregistrarea unei activități antreprenoriale: pachetul de acte necesare pentru înregistrarea unei afaceri. 3. Formele organizatorico-juridice ale unor activități antreprenoriale. Impozite și taxe	A19. Identificarea actelor normative care reglementează activitatea antreprenorială în Republica Moldova (Codul Civil, Codul Muncii, Codul Fiscal). A20.Selectarea formei organizatorico-juridice optime pentru afacere în funcție de numărul de fondatori, răspundere și capitalul social. Pregătirea pachetului de documente necesare pentru înregistrarea unei întreprinderi la Agenția Servicii Publice. A21.Diferențierea principalelor tipuri de impozite și taxe aplicabile întreprinderilor mici și mijlocii. A22.Aplicarea procedurilor legale de angajare și gestionare a resurselor umane conform Codului Muncii. A23.Evaluarea obligațiilor fiscale și a termenelor de raportare pentru asigurarea conformității afacerii cu legislația în vigoare.

Unități de competență	Unități de conținut	Abilități
5. Planificarea unei activități antreprenoriale		
UC5. Planificarea unei activități antreprenoriale	1. Conceptul de management 2. Procesul de gestionare și planificare a unei activități antreprenoriale 3. Scopul și obiectivele unei activități antreprenoriale	A24.Aplicarea funcțiilor managementului în organizarea și conducerea unei activități antreprenoriale. A25.Elaborarea etapelor procesului de planificare strategică și operațională a afacerii. A26.Formularea misiunii și a viziunii specifice pentru o activitate economică propusă. A27.Stabilirea obiectivelor de business utilizând criteriile SMART (Specifice, Măsurabile, Abordabile, Relevante, în Timp). A28.Corelarea resurselor disponibile cu activitățile planificate pentru atingerea scopurilor propuse. A29.Monitorizarea indicatorilor de performanță pentru ajustarea planului de acțiune în funcție de rezultatele obținute.
6. Organizarea și coordonarea unei activități antreprenoriale		
UC6. Administrarea unei activități antreprenoriale	1. Organizarea personalului și a condițiilor de muncă 2. Rolul comunicării în gestionarea unei activități antreprenoriale 3. Asigurarea cu resurse umane 4. Elementele principale ale unui contract de muncă, inclusiv avantajele contractului de muncă în dirijarea personalului angajat.	A30.Stabilirea structurii organizatorice și a condițiilor de muncă necesare pentru desfășurarea eficientă a activității. A31.Aplicarea tehnicilor de comunicare asertivă în gestionarea relațiilor cu subordonații, partenerii și clienții. A32.Planificarea necesarului de resurse umane în funcție de obiectivele și volumul de activitate al afacerii. A33.Elaborarea proceselor de recrutare, selecție și integrare a personalului în cadrul echipei. A34.Identificarea clauzelor obligatorii și specifice ale unui contract individual de muncă conform legislației. A35.Evaluarea avantajelor utilizării contractului de muncă ca instrument de motivare și dirijare a performanței angajaților.
7. Motivarea angajaților		
UC7. Motivarea financiară și	1. Motivarea angajaților.	A36.Proiectarea unui sistem de motivare financiară și nonfinanciară adaptat

Unități de competență	Unități de conținut	Abilități
nonfinanciară a angajaților	2. Noțiuni generale despre salarizare. 3. Etapele de calcul ale salariului unui angajat 4. Calcularea salariului – o procedură necesară unui antreprenor de succes 5. Determinarea fondului de salarizare pentru activitatea antreprenorială 6. Motivarea nonfinanciară	nevoilor angajaților și posibilităților afacerii. A37.Diferențierea formelor de salarizare și a componentelor care alcătuiesc venitul salarial al unui angajat. A38.Aplicarea algoritmului de calcul al salariului brut și net, respectând reținerile obligatorii și cotele fiscale. A39.Determinarea costurilor totale cu personalul prin calcularea contribuțiilor angajatorului la fondul de salarizare. A40.Analizarea impactului tehnicilor de motivare nonfinanciară asupra productivității și retenției personalului.
8. Controlul afacerii și gestionarea riscurilor		
UC8. Verificarea rezultatelor obținute în raport cu standardele de calitate UC9. Gestionarea riscurilor	1. Evaluarea calității 2. Evaluarea profesională a angajaților 3. Tipurile de riscuri și cauzele apariției acestora 4. Modalități de diminuare și gestionare a riscurilor	A41.Stabilirea indicatorilor de performanță și a standardelor de calitate pentru produsele sau serviciile oferite. A42.Monitorizarea proceselor de lucru pentru asigurarea conformității cu normele de calitate stabilite. A43.Elaborarea criteriilor și a instrumentelor pentru evaluarea periodică a performanțelor profesionale ale angajaților. A44.Clasificarea riscurilor afacerii în funcție de sursa de proveniență și impactul potențial asupra activității. A45.Identificarea cauzelor care generează riscuri operaționale, financiare sau de piață. A46.Proiectarea unui plan de măsuri pentru diminuarea, prevenirea sau transferul riscurilor identificate.
9. Capitalul necesar pentru afacerea mea		
UC10. Estimarea necesarului de capital	1. Sursele financiare necesare pentru lansarea unei activități antreprenoriale: Sursele proprii. Surse împrumutate 2. Avantaje și limite ale surselor împrumutate 3. Calcularea costului resurselor împrumutate.	A47.Evaluarea structurii de finanțare prin compararea surselor proprii cu sursele împrumutate disponibile pe piață. A48.Analizarea avantajelor și limitelor specifice fiecărei surse de finanțare în funcție de etapa de dezvoltare a afacerii. A49.Calcularea costului capitalului împrumutat prin determinarea

Unități de competență	Unități de conținut	Abilități
	4. Estimarea necesarului de capital pentru inițierea unei activități antreprenoriale	dobânzilor, comisioanelor și a altor costuri financiare aferente. A50. Selectarea mixului optim de finanțare pentru minimizarea riscului de insolvabilitate și maximizarea eficienței capitalului.
10. Venituri și cheltuieli		
UC11. Analizarea situației fluxului mijloacelor bănești pe parcursul unei unități de timp în situații reale sau simulate	1. Conținutul și structura veniturilor. Prognoza veniturilor 2. Tipuri de cheltuieli. Prognoza cheltuielilor 3. Situația fluxului de numerar/fluxul mijloacelor bănești 4. Prezentarea produsului: Prognoza veniturilor și cheltuielilor. Fluxul de numerar	A51. Clasificarea veniturilor și a cheltuielilor pe categorii specifice activității antreprenoriale (operaționale, financiare, investiționale). A52. Elaborarea prognozei veniturilor pe baza volumului estimat de vânzări și a prețului unitar. A53. Estimarea cheltuielilor fixe și variabile necesare pentru funcționarea afacerii într-o perioadă determinată. A54. Întocmirea tabelului fluxului de numerar (Cash Flow) pentru monitorizarea intrărilor și ieșirilor de lichidități. A55. Analizarea soldului de casă pentru identificarea perioadelor cu deficit sau excedent de numerar. A56. Interpretarea corelației dintre venituri, cheltuieli și disponibilitățile bănești în situații reale sau simulate.
11. Gestionarea finanțelor		
UC12. Realizarea evidenței financiare a unei activități antreprenoriale conform cerințelor legale	1. Noțiuni fundamentale de evidență contabilă. Sisteme de evidență contabilă. 2. Contul contabil/ reguli de funcționare a conturilor contabile. 3. Structura activului patrimonial. 4. Structura elementelor de activ și pasiv. 5. Structura și elementele bilanțului contabil. Reguli de bază în întocmirea bilanțului contabil.	A57. Identificarea principiilor fundamentale și a sistemelor de evidență contabilă aplicabile în Republica Moldova. A58. Aplicarea regulilor de funcționare a conturilor contabile pentru înregistrarea operațiunilor economice elementare. A59. Clasificarea elementelor patrimoniale în categorii de active și pasive conform structurii bilanțului contabil. A60. Analizarea corelației dintre active, datorii și capitalul propriu pentru menținerea echilibrului bilanțier. A61. Utilizarea formulelor contabile de bază pentru reflectarea modificărilor în structura patrimoniului.

Unități de competență	Unități de conținut	Abilități
		A62.Întocmirea bilanțului contabil simplificat prin respectarea etapelor și regulilor de bază de raportare financiară.
12. Eficiența economico-financiară		
UC13. Estimarea eficienței economico-financiare a unei afaceri în baza indicatorilor economici UC14. Elaborarea planului financiar al propriei afaceri	1. Indicatori ai rezultatelor economico-financiare: <i>cost versus preț; volumul vânzărilor; marja brută a vânzarilor; marja netă a vânzarilor; profitabilitatea operațională.</i> 2. Indicatori ai rezultatelor economico-financiare: <i>pragul de rentabilitate; rentabilitatea activelor (ROA); rentabilitatea capitalului propriu (ROE);</i> 3. Indicatori ai rezultatelor economico-financiare: <i>coeficientul de îndatorare; profitul net; termenul de recuperare a investiției;</i> 4. Componentele planului financiar pentru propria idee de afacere	A63.Calcularea indicatorilor de profitabilitate prin analiza corelației dintre costuri, prețuri și volumul vânzărilor. A64.Determinarea pragului de rentabilitate pentru stabilirea volumului minim de activitate necesar acoperirii cheltuielilor. A65.Evaluarea eficienței utilizării resurselor prin calcularea indicatorilor de rentabilitate a activelor (ROA) și a capitalului propriu (ROE). A66.Analizarea nivelului de îndatorare și a capacității de plată a afacerii în raport cu capitalul investit. A67.Estimarea perioadei de recuperare a investiției inițiale pe baza profitului net prognozat. A68.Integrarea indicatorilor economico-financiar în structura planului financiar al propriei idei de afaceri. A69. Interpretarea rezultatelor financiare pentru argumentarea fezabilității și sustenabilității proiectului antreprenorial.
13. Marketingul și utilitatea lui în afaceri		
UC15. Aplicarea strategiilor și instrumentelor de marketing în gestiunea afacerii.	1. Noțiuni generale de marketing. Funcțiile și principiile marketingului 2. Mixul de marketing. Politica 4P: produs, preț, promovare, plasament	A70.Definirea conceptelor și principiilor de marketing adaptate specificului activității antreprenoriale. A71.Identificarea funcțiilor marketingului în procesul de gestionare și dezvoltare a afacerii. A72.Analizarea componentelor mixului de marketing (4P) pentru poziționarea produsului pe piață. A73.Corelarea instrumentelor de marketing cu nevoile și comportamentul consumatorului țintă. A74.Utilizarea strategiilor de marketing pentru creșterea vizibilității și competitivității afacerii.

Unități de competență	Unități de conținut	Abilități
		A75.Evaluarea impactului acțiunilor de marketing asupra rezultatelor economice ale întreprinderii.
14. Concurența		
UC16. Evaluarea dimensiunilor pieței în viziunea de marketing	1. Concurența.Tipurile concurenței. 2. Segmentarea pieței. Criterii de segmentare a pieții.	A76.Identificarea tipurilor de concurență specifice sectorului de activitate pentru determinarea poziției pe piață. A77.Analizarea strategiilor concurențiale în vederea diferențierii ofertei proprii de produse sau serviciile similare. A78.Aplicarea criteriilor de segmentare (geografice, demografice, psihografice și comportamentale) pentru delimitarea grupului țintă. A79.Evaluarea dimensiunii și potențialului segmentelor de piață identificate pentru fundamentarea deciziilor de marketing. A80.Selectarea segmentului de piață prioritar în funcție de resursele afacerii și atractivitatea mediului concurențial. A81.Estimarea cotei de piață potențiale prin raportarea ofertei proprii la structura cererii și a ofertei concurente.
15. Piața și clienții. Cercetarea de piață		
UC17. Aplicarea fundamentelor, mijloacelor operaționale și instrumentelor concrete pentru a înțelege și a pune în practică demersul marketingului UC18. Identificarea pieței țintă, practicarea diverselor strategii de marketing în scopul fidelizării acesteia și creșterea profitabilității	1. Piața și elementele ei: cererea, oferta și prețul unui produs/serviciu. 2. Comportamentul consumatorilor. Profilul consumatorului 3. Cercetarea de piață. Metodele de cercetare utilizate în marketing. 4. Etapele de realizare a cercetării de marketing.	A82.Analizarea corelației dintre cerere, ofertă și preț pentru determinarea echilibrului pe piața de desfacere. A83.Definirea profilului consumatorului prin studierea factorilor care influențează procesul de decizie și cumpărare. A84.Selectarea metodelor de cercetare de marketing (sondajul, observația, interviul) adecvate obiectivelor afacerii. A85.Parcurgerea etapelor unei cercetări de piață, de la definirea problemei până la interpretarea datelor obținute. A86.Aplicarea strategiilor de fidelizare a clienților în scopul asigurării stabilității și profitabilității pe termen lung.
16. Produsul și formarea prețului		
UC19. Identificarea	1. Noțiunea de produs/serviciu. Criteriile	A87.Definirea conceptului de produs sau serviciu prin prisma beneficiilor oferite consumatorului final.

Unități de competență	Unități de conținut	Abilități
componentelor principale ale produsului în mixul de marketing <i>UC20</i> . Elaborarea politicii de preț în mixul de marketing	de elaborare a unui produs sau serviciu nou. 2. Calitatea produsului/ serviciului. Ciclul de viață a unui produs. 3. Formarea prețului. Esența și principiul de stabilire a prețului. 4. Analiza și determinarea prețului.	A88.Aplicarea criteriilor de inovare și dezvoltare pentru crearea unui produs sau serviciu nou pe piață. A89.Analizarea atributelor de calitate și a elementelor de diferențiere care conferă valoare adăugată produsului. A90.Monitorizarea etapelor ciclului de viață al produsului pentru adaptarea strategiilor de marketing în timp. A91.Identificarea factorilor interni și externi care influențează procesul de formare a prețului. A92.Aplicarea metodelor de stabilire a prețului în funcție de costuri, cerere și nivelul concurenței. A93.Evaluarea impactului politicii de preț asupra volumului vânzărilor și a poziționării brandului.
17. Promovarea, plasarea și distribuția. Planul de marketing		
<i>UC21</i> . Conceperea și aplicarea strategiilor de marketing convenabile în funcție de sectorul economic, tendințele pieței și profilul consumatorului	1. Promovarea, plasarea și distribuția. Canale de distribuție 2. Metode și instrumente de promovare 3. Elaborarea strategiei de promovare.Importanța plasării și criteriile de selectare a acesteia. 4. Componentele planului de marketing a afacerii	A94.Analizarea canalelor de distribuție (directe, scurte, lungi) pentru a asigura circuitul eficient al produsului către consumatorul final. A95.Selectarea metodelor și instrumentelor de promovare (publicitate, relații publice, promovarea vânzărilor, vânzarea directă) adecvate bugetului și obiectivelor. A96.Elaborarea unei strategii de promovare coerente, bazată pe un mesaj clar și adaptată canalelor de comunicare relevante pentru publicul țintă. A97.Stabilirea criteriilor de plasament (locație fizică sau prezență online) pentru a maximiza accesibilitatea și vizibilitatea afacerii. A98.Structurarea planului de marketing prin integrarea obiectivelor, strategiilor de mix și a acțiunilor tactice planificate. A99.Evaluarea tendințelor pieței și a profilului consumatorului pentru ajustarea periodică a strategiei de distribuție și comunicare.

Unități de competență	Unități de conținut	Abilități
18. Planificarea – cheia succesului unei activități antreprenoriale		
UC22. Planificarea unei activități antreprenoriale	1. Importanța planificării. 2. Planificarea strategică (viziunea, misiunea, obiectivele, analiza SWOT). 3. Planificarea tactică și operațională 5. Planificarea și organizarea timpului.	A100. Analizarea importanței planificării ca factor decisiv în reducerea riscurilor și asigurarea succesului pe termen lung al activității antreprenoriale. A101. Definirea identității strategice a afacerii prin formularea viziunii, misiunii și a obiectivelor SMART pentru a oferi o direcție clară activității. A102. Realizarea analizei SWOT pentru a evalua contextul competitiv, identificând punctele tari, slăbiciunile, oportunitățile și amenințările mediului de afaceri. A103. Dimensionarea necesarului de personal și elaborarea statelor de personal, corelând competențele angajaților cu nevoile operaționale ale firmei. A104. Proiectarea structurii organizatorice pentru a stabili clar fluxurile de autoritate, responsabilitate și comunicare internă în cadrul echipei. A105. Estimarea necesarului de resurse materiale și echipamente de lucru esențiale pentru desfășurarea proceselor tehnologice și administrative. A106. Calcularea necesarului de capital inițial pentru a asigura sustenabilitatea financiară și acoperirea cheltuielilor în faza de lansare a afacerii. A107. Gestiunea eficientă a timpului și a resurselor proprii prin utilizarea instrumentelor de planificare pentru prioritizarea sarcinilor strategice față de cele operative.
19. Planul de afaceri		
UC23. Elaborarea planului de afaceri	1. Rolul și importanța planului de afaceri. Funcțiile planului de afaceri 2. Beneficiarii planului de afaceri și tipologia planurilor de afaceri 3. Structura și conținuturile compartimentelor de baza ale unui plan de afaceri.	A108. Analizarea rolului și importanței planului de afaceri ca instrument central de planificare, control și comunicare în activitatea antreprenorială. A109. Identificarea funcțiilor planului de afaceri pentru a asigura ghidarea internă a echipei și atragerea resurselor externe. A110. Diferențierea categoriilor de beneficiari ai planului de afaceri, incluzând investitori, instituțiile

Unități de competență	Unități de conținut	Abilități
		financiare, partenerii și echipa de management. A111.Clasificarea planurilor de afaceri în funcție de tipologie și scopul urmărit, adaptând conținutul la cerințele specifice ale utilizatorilor. A112.Structurarea compartimentelor de bază ale unui plan de afaceri pentru a oferi o prezentare logică și argumentată a ideii de afacere. A113.Elaborarea conținuturilor specifice pentru fiecare secțiune a planului de afaceri, asigurând coerența între obiective, resurse și proiecțiile financiare.
20. Prezentarea planului de afaceri		
UC24. Prezentarea publică argumentată a ideii și/sau a planului de afaceri	1. Norme și criterii de redactare și prezentare a planului de afaceri (format, pagini, tabele, etc) 2. Cerințe cu privire la susținerea publică a planului de afaceri 3. Indicatori de evaluare a planurilor 4. Materialele necesare prezentării eficiente a ideii de afaceri sau a unui plan de afaceri 5. Instrumente de comunicare orală. 6. Aplicații IT pentru realizarea unei prezentări	A114.Aplicarea normelor și criteriilor de redactare pentru a asigura un format profesional al planului de afaceri, incluzând paginarea corectă și structurarea tabelor. A115.Respectarea cerințelor de susținere publică a planului de afaceri pentru a transmite mesajul antreprenorial într-un mod convingător și argumentat. A116.Analizarea indicatorilor de evaluare pentru a asigura calitatea, fezabilitatea și coerența informațiilor prezentate în planul de afaceri. A117.Pregătirea materialelor necesare prezentării eficiente a ideii de afaceri, adaptate contextului și publicului vizat. A118.Utilizarea instrumentelor de comunicare orală pentru a capta atenția auditoriului și pentru a susține argumentele cu claritate și încredere. A119.Operarea cu aplicații IT specializate pentru realizarea unei prezentări vizuale atractive și profesionale a planului de afaceri.

VII. Studiu individual ghidat de profesor

Materii pentru studiul individual	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Numărul de ore
1. Oportunități pentru dezvoltarea carierei personale/profesionale			
1. Autoevaluarea profilului în raport cu trăsăturile unui angajat de succes. 2. Proiectarea unei imagini profesionale de antreprenor. 3. Analiza raportului risc-beneficiu într-o afacere propusă.	Portofoliu Personal: Analiză SWOT și Cod de Etică profesională.	Evaluarea capacității de auto-analiză și argumentare (A1, A6).	2
2. Primii pași spre o activitate antreprenorială			
1. Generarea de idei care să aducă valoare consumatorilor. 2. Compararea lansării de la „zero” vs. franciză vs. achiziție. 3. Analiza contextului socio-economic local.	Matrice de Evaluare: Clasificarea a 3 idei de afaceri după viabilitate.	Verificarea logicii de diferențiere a modalităților de inițiere (A9).	2
3. Rolul antreprenoriatului în economia națională			
1. Clasificarea IMM-urilor conform legislației RM. 2. Identificarea programelor de stat și a liniilor de finanțare disponibile. 3. Cercetarea beneficiilor asociațiilor de business.	Fișă de Documentare: Lista surselor de suport și asistență (ODA, asociații).	Evaluarea utilizării platformelor oficiale de subvenționare (A18).	2
4. Cadrul legal privind activitatea antreprenorială în Republica Moldova			
1. Identificarea actelor normative (Codul Civil, Fiscal, al Muncii). 2. Selectarea formei juridice optime pentru o afacere simulată. 3. Diferențierea principalelor tipuri de impozite și taxe.	Ghid Juridic: Pachetul de documente pentru ASP și calendarul fiscal.	Verificarea corectitudinii selecției formei organizatorico-juridice (A20).	2
5. Planificarea unei activități antreprenoriale			
1. Formularea misiunii și viziunii afacerii. 2. Stabilirea obiectivelor de business conform criteriilor SMART. 3. Aplicarea funcțiilor managementului în planificarea resurselor.	Plan Strategic: Declarația de misiune și obiectivele pe termen mediu.	Evaluarea relevanței obiectivelor SMART propuse (A27).	2
6. Organizarea și coordonarea unei activități antreprenoriale			
1. Stabilirea structurii organizatorice și a condițiilor de muncă.	Organigramă + Draft Contract:	Analiza clauzelor obligatorii	2

Materii pentru studiul individual	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Numărul de ore
2. Aplicarea tehnicilor de comunicare asertivă cu subordonații. 3. Elaborarea elementelor principale ale unui contract de muncă.	Structura firmei și clauzele contractuale.	conform Codului Muncii (A34).	
7. Motivarea angajaților			
1. Diferențierea formelor de salarizare (regie, acord). 2. Calculul salariului brut și net (rețineri și cote fiscale). 3. Proiectarea unui sistem de motivare non-financiară.	Simulator Salarial: Calculul costului total cu personalul pentru un angajat.	Verificarea algoritmului de calcul al salariului (A38).	2
8. Controlul afacerii și gestionarea riscurilor			
1. Stabilirea standardelor de calitate pentru produs/serviciu. 2. Clasificarea riscurilor în funcție de sursă și impact. 3. Proiectarea unui plan de diminuare a riscurilor.	Registrul Riscurilor: Plan de măsuri pentru prevenire și gestionare.	Evaluarea măsurilor propuse pentru diminuarea impactului (A46).	2
9. Capitalul necesar pentru afacerea mea			
1. Compararea surselor proprii de finanțare cu cele împrumutate. 2. Calcularea costului capitalului împrumutat (dobânzi, comisioane). 3. Estimarea necesarului de capital inițial.	Plan de Finanțare: Mixul optim de capital pentru lansare.	Analiza limitelor și avantajelor surselor de finanțare (A48).	2
10. Venituri și cheltuieli			
1. Clasificarea cheltuielilor în fixe și variabile. 2. Elaborarea prognozei veniturilor pe baza volumului de vânzări. 3. Întocmirea tabelului fluxului de numerar (Cash Flow).	Buget de Venituri și Cheltuieli: Proiecția fluxului de numerar.	Interpretarea corelației dintre venituri și disponibilități (A56).	2
11. Gestionarea finanțelor			
1. Clasificarea activelor și pasivelor firmei. 2. Aplicarea regulilor de funcționare a conturilor contabile. 3. Întocmirea unui bilanț contabil simplificat.	Bilanț Simplificat: Reflectarea modificărilor în structura patrimoniului.	Verificarea echilibrului bilanțier între active și pasive (A60).	2
12. Eficiența economico-financiară			

Materii pentru studiul individual	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Numărul de ore
1. Calcularea indicatorilor de profitabilitate (marja brută/netă). 2. Determinarea pragului de rentabilitate. 3. Estimarea perioadei de recuperare a investiției.	Raport de Fezabilitate: Analiza indicatorilor ROA, ROE și a pragului de rentabilitate.	Evaluarea argumentării sustenabilității proiectului (A69).	2
13. Marketingul și utilitatea lui în afaceri			
1. Definirea funcțiilor marketingului pentru afacerea proprie. 2. Analizarea componentelor mixului de marketing (4P). 3. Corelarea instrumentelor de marketing cu nevoile clienților.	Strategia Mixului de Marketing: Detalierea celor 4P/7P pentru produs/serviciu.	Evaluarea impactului acțiunilor de marketing propuse (A75).	2
14. Concurența			
1. Identificarea tipurilor de concurență în sectorul ales. 2. Aplicarea criteriilor de segmentare a pieții (geografice, demografice). 3. Estimarea cotei de piață potențiale.	Analiză de Piață: Segmentarea publicului țintă și harta concurenților.	Selectarea corectă a segmentului de piață prioritar (A80).	2
15. Piața și clienții. Cercetarea de piață			
1. Definirea profilului consumatorului (comportament de cumpărare). 2. Selectarea metodei de cercetare (sondaj, interviu). 3. Parcurgerea etapelor cercetării de marketing.	Proiect de Cercetare: Chestionar aplicat și interpretarea datelor.	Evaluarea metodelor de fidelizare a clienților propuse (A86).	2
16. Produsul și formarea prețului			
1. Analiza atributelor de calitate și a ciclului de viață al produsului. 2. Identificarea factorilor care influențează formarea prețului. 3. Aplicarea metodelor de stabilire a prețului (după cost, cerere, concurență).	Fișa Produsului: Descrierea beneficiilor și calculul prețului de vânzare.	Evaluarea impactului politicii de preț asupra brandului (A93).	2
17. Promovarea, plasarea și distribuția. Planul de marketing			
1. Analizarea canalelor de distribuție (directe vs. scurte). 2. Selectarea instrumentelor de promovare (publicitate, PR, vânzări directe).	Plan de Comunicare și Distribuție: Mesaje	Verificarea coerenței strategiei de promovare cu	2

Materii pentru studiul individual	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Numărul de ore
3. Stabilirea criteriilor de plasament (locație fizică sau online).	promoționale și traseul produsului.	publicul țintă (A96).	
18. Planificarea – cheia succesului unei activități antreprenoriale			
1. Realizarea analizei SWOT pentru contextul competitiv. 2. Dimensionarea necesarului de personal și a resurselor materiale. 3. Gestiunea timpului prin prioritizarea sarcinilor strategice.	Dosar de Planificare: Analiza SWOT completă și necesarul de resurse.	Evaluarea capacității de planificare a timpului și resurselor (A107).	2
19. Planul de afaceri			
1. Structurarea compartimentelor de bază ale planului. 2. Elaborarea conținuturilor specifice pentru fiecare secțiune. 3. Identificarea beneficiarilor planului (investitori, parteneri).	Plan de Afaceri (Document): Proiectul integral al ideii de business.	Analiza coerenței între obiective, resurse și proiecții (A113).	4
20. Prezentarea planului de afaceri			
1. Aplicarea normelor de redactare profesională (format, tabele). 2. Pregătirea materialelor vizuale și a instrumentelor de comunicare orală. 3. Utilizarea aplicațiilor IT pentru prezentarea planului.	Prezentare Finală (Pitch): Materiale vizuale și susținerea publică.	Evaluarea clarității comunicării și a calității prezentării IT (A119).	2

Notă: Termenele de realizare a studiului individual ghidat de profesor vor fi specificate în *Planul de lungă durată*.

VIII. Lucrările practice/de laborator recomandate

Nr.	Unități de învățare	Lista lucrărilor practice/de laborator	Ore
1.	Cadrul legal privind activitatea antreprenorială în Republica Moldova	Calculul impozitelor și taxelor plătite de către angajat/angajator și a contribuțiilor de asigurare socială și medicală	2
2.	Motivarea angajaților	Calcularea salariului net al unui angajat. Determinarea fondului de salarizare pentru propria afacere.	2
3.	Venituri și cheltuieli	Elaborarea Prognozei veniturilor și cheltuielilor unei activități antreprenoriale pentru un an de activitate; Întocmirea fluxului de numerar.	2

4.	Gestionarea finanțelor	Estimarea eficienței economico- financiare a unei afaceri în baza indicatorilor economici	2
5.	Produsul și formarea prețului	Stabilirea prețului pentru produse și servicii în baza criteriilor.	2
Total ore			10

IX. Sugestii metodologice

Conținuturile unității de curs **Bazele antreprenoriatului** trebuie să fie abordate într-o manieră flexibilă, diferențiată, ținând cont de particularitățile elevilor, precum și de nivelul inițial de pregătire al acestora. Parcurgerea conținuturilor se face în ordinea propusă în coloana „Unități de conținut”. Numărul de ore alocat fiecărei teme rămâne la latitudinea cadrelor didactice care predau conținutul unității de curs. Acestea vor repartiza timpul în funcție de gradul de dificultate al temelor, de complexitatea materialului didactic utilizat în strategia didactică și de ritmul de asimilare a cunoștințelor de către elevi.

Unitatea de curs **Bazele antreprenoriatului** are o structură permeabilă, deschisă pentru a încorpora alte unități de învățare, care să formeze cunoștințe și abilități noi, solicitate pe piața muncii (precum digitalizarea afacerilor sau economia verde).

Strategii didactice

Pentru a atinge rezultate ale învățării care să contribuie la dezvoltarea competențelor antreprenoriale, strategiile didactice vor fi axate pe activizarea structurilor cognitive și operatorii ale elevilor, pe exersarea potențialului creativ al acestora, pe transformarea elevului în coparticipant la propria instruire și educație prin simularea mediului real de business.

Metode didactice

În procesul de învățare vor fi aplicate metode didactice cu funcție cognitivă și formativ-educativă. Metodele didactice cu funcție cognitivă reprezintă calea de acces la cunoașterea mecanismelor pieței. Prin intermediul acestor metode, elevul, sprijinit de profesor, descoperă oportunități de afaceri, cercetează mediul extern și însușește cadrul legal-economic.

Metodele didactice cu funcție formativ-educativă asigură exersarea spiritului de inițiativă, a capacităților de negociere și acțiune, contribuind la formarea profilului de antreprenor. Prin aceste metode, profesorul influențează formarea unor atitudini de responsabilitate socială și etică în afaceri.

Astfel, în procesul didactic, recomandăm aplicarea metodelor de predare interactive, care asigură o învățare dinamică, formativă și motivațională. Pentru realizarea orelor în vederea realizării competențelor specifice, se recomandă utilizarea următoarelor metode didactice conform unităților de învățare:

1. Oportunități pentru dezvoltarea carierei (UC2): Analiza SWOT: Autoevaluarea profilului personal în raport cu trăsăturile unui antreprenor de succes; Dezbateri: Argumentarea raportului dintre riscurile și beneficiile inițierii unei afaceri versus statutul de angajat; Joc de rol: Simularea unei dileme de comportament pentru aplicarea normelor de etică și deontologie profesională; Harta Conceptuală: Proiectarea unei imagini profesionale adecvate prin elemente de comunicare și atitudine.

2. *Identificarea ideilor și posibilităților de afaceri (UC2)*: Brainstorming: Generarea de idei care să aducă valoare consumatorilor prin rezolvarea unor probleme actuale; Analiză comparativă: Evaluarea lansării unei afaceri de la „zero” versus achiziția unei francize sau a unei afaceri existente; Matricea de evaluare: Clasificarea ideilor de afaceri după criterii de viabilitate și context socio-economic local; Tehnica 6-3-5: Generarea rapidă de soluții inovatoare pentru transformarea unei idei într-o oportunitate de piață.

3. *Evaluarea potențialului de piață (UC3)*: Cercetare de teren: Identificarea nișelor de piață neexploatate în sectorul economic vizat; Studiu de caz: Analiza factorilor care transformă o idee simplă într-o afacere profitabilă; Diagrama Venn: Corelarea pasiunilor personale cu nevoile pieței și resursele disponibile; Analiza concurențială: Identificarea principalilor actori de pe piață și a avantajului competitiv.

4. *Formele organizatorico-juridice ale afacerii (UC4)*: Tabel Comparativ: Delimitarea avantajelor și dezavantajelor dintre SRL, Întreprindere Individuală și Gospodărie Țărănească; Organizator Grafic: Structurarea etapelor de înregistrare a unei afaceri la Agenția Servicii Publice; Problematizare: Analiza responsabilității patrimoniale a fondatorului în funcție de forma juridică aleasă; Simulare: Identificarea codurilor CAEM specifice activității antreprenoriale planificate.

5. *Cadrul legal de reglementare (UC5)*: Cercetare juridică: Identificarea actelor normative (Codul Civil, Codul Fiscal) ce reglementează domeniul ales; Fișă de lucru: Analiza procedurilor de obținere a actelor permissive (licențe, autorizații de funcționare); Studiu de caz: Impactul reglementărilor guvernamentale asupra liberei inițiative în Republica Moldova; Dezbateri: Rolul statului în protejarea și stimularea mediului de afaceri.

6. *Etica și responsabilitatea socială în afaceri (UC6)*: Analiza de text: Identificarea valorilor etice într-un cod de conduită al unei companii de succes; Joc de rol: Negocierea unui contract respectând principiile de onestitate și transparență; Proiect de grup: Elaborarea unei inițiative de responsabilitate socială corporativă (CSR) pentru o mică afacere; Problematizare: Analiza consecințelor nerespectării eticii asupra imaginii și profitabilității pe termen lung.

7. *Cultura antreprenorială și comunicarea (UC7)*: Simulare: Organizarea unei ședințe de lucru utilizând tehnici de comunicare asertivă și ascultare activă; Exercițiu de redactare: Elaborarea misiunii și viziunii afacerii pentru a transmite valorile antreprenoriale; Analiză comportamentală: Identificarea barierelor în comunicarea cu partenerii de afaceri și soluții de depășire; Brainstorming: Metode de promovare a culturii organizaționale în rândul viitorilor angajați.

8. *Parteneriatele și rețelele de afaceri (UC8)*: Cercetare: Identificarea asociațiilor de business și a programelor de suport (ex: ODA, ADMA) din RM; Harta stakeholderilor: Identificarea partenerilor strategici (furnizori, clienți, bănci) și a rolului acestora; Studiu de caz: Avantajele colaborării în rețele de afaceri pentru accesarea de noi piețe; Discuție dirijată: Rolul mentoratului și al networking-ului în supraviețuirea unui startup.

9. *Planificarea resurselor umane (UC9)*: Proiectarea organigramei: Stabilirea structurii ierarhice și a relațiilor de subordonare în cadrul afacerii; Elaborarea fișei postului: Definirea sarcinilor, responsabilităților și profilului candidatului ideal; Problematizare: Analiza necesarului de personal în raport cu obiectivele de producție sau prestări servicii; Brainstorming: Identificarea metodelor eficiente de recrutare și selecție pentru o afacere la început de drum.

10. *Managementul și motivarea personalului (UC10)*: Studiu de caz: Compararea stilurilor de management și impactul lor asupra climatului organizațional; Exercițiu practic: Elaborarea unui sistem de motivare non-financiară pentru creșterea loialității angajaților; Joc de rol: Gestionarea unui conflict între angajați utilizând tehnici de mediere; Analiză: Impactul culturii organizaționale asupra performanței individuale și colective.

11. *Salarizarea și legislația muncii (UC11)*: Exercițiu de calcul: Transformarea salariului brut în net, aplicând cotele de impozitare și scutirile în vigoare; Simulare: Completarea unui contract individual de muncă respectând clauzele obligatorii din Codul Muncii; Problematizare: Calculul costului total al angajatorului pentru un loc de muncă creat; Tabel comparativ: Analiza diferențelor dintre contractul individual de muncă și contractul de prestări servicii.

12. *Gestiunea resurselor materiale (UC12)*: Inventariere simulată: Clasificarea activelor afacerii în resurse pe termen lung și active circulante; Calcul economic: Determinarea necesarului de materii prime și materiale pentru un ciclu de producție; Analiză: Evaluarea furnizorilor pe baza raportului calitate-preț și a termenelor de livrare; Problematizare: Impactul stocurilor excedentare asupra lichidității și profitabilității afacerii.

13. *Strategii de produs și preț (UC13)*: Analiza ciclului de viață: Identificarea etapelor parcurse de un produs și strategiile aferente; Exercițiu de stabilire a prețului: Aplicarea metodelor de calcul (cost-plus, prețul pieței) pentru noul produs; Brainstorming: Identificarea elementelor de diferențiere a produsului față de oferta concurenței; Studiu de caz: Impactul strategiei de „preț de penetrare” asupra cotei de piață.

14. *Distribuția și plasamentul produselor (UC14)*: Harta canalelor de distribuție: Alegerea traseului optim de la producător la consumatorul final; Analiză comparativă: Avantajele vânzării directe versus utilizarea intermediarilor (distribuitori, retaileri); Problematizare: Selecția locației afacerii în funcție de accesibilitate și proximitatea față de clienți; Cercetare: Analiza oportunităților oferite de platformele de e-commerce pentru distribuția produselor.

15. *Promovarea și comunicarea de marketing (UC15)*: Proiect creativ: Elaborarea unui mix de promovare (publicitate, relații publice, vânzări personale); Aplicație practică: Crearea unui conținut digital (social media post) pentru atragerea segmentului țintă; Analiză: Evaluarea eficienței diferitelor medii de publicitate în raport cu bugetul disponibil; Joc de rol: Simularea unei prezentări de vânzări directe utilizând tehnici de persuasiune.

16. *Planificarea mixului de marketing (UC16)*: Învățarea prin proiect: Integrarea celor 4P într-o strategie de marketing coerentă pentru afacerea propusă; Diagrama Venn: Corelarea caracteristicilor produsului cu așteptările și preferințele segmentului de clienți; Monitorizare: Stabilirea indicatorilor de performanță pentru evaluarea succesului campaniei de marketing; Discuție dirijată: Ajustarea mixului de marketing în funcție de reacția pieței și acțiunile concurenței.

17. *Costurile și pragul de rentabilitate (UC17)*: Clasificare: Identificarea cheltuielilor fixe și variabile specifice procesului tehnologic ales; Algoritmizarea: Calculul matematic și grafic al pragului de rentabilitate (punctul de echilibru); Problematizare: Analiza modului în care reducerea costurilor variabile influențează profitul unitar; Exercițiu: Determinarea volumului de vânzări necesar pentru obținerea unui profit țintă.

18. *Surse de finanțare și investiții (UC18)*: Analiză comparativă: Evaluarea surselor de finanțare proprii versus credite bancare, leasing sau granturi; Cercetare: Identificarea condițiilor de creditare

pentru IMM-uri la băncile comerciale din RM; Calcul financiar: Determinarea perioadei de recuperare a investiției inițiale; Dezbateri: Avantajele și riscurile atragerii unui investitor extern (business angel).

19. Managementul financiar și Cash Flow-ul (UC19): Simulare: Întocmirea tabloului fluxului de trezorerie (Cash Flow) pentru a asigura plățile curente; Problematizare: Identificarea soluțiilor pentru acoperirea deficitului de numerar în perioadele de activitate redusă; Analiză de date: Interpretarea Bugetului de Venituri și Cheltuieli pentru evaluarea viabilității financiare; Exercițiu: Calculul principalilor indicatori de rentabilitate și interpretarea rezultatelor.

20. Elaborarea și susținerea planului de afaceri (UC20): Învățarea prin proiect: Consolidarea tuturor secțiunilor (plan de marketing, HR, financiar) într-un document unitar; Aplicație IT: Utilizarea instrumentelor de editare și prezentare (Word, Excel, PowerPoint/Canva); Pitch Deck: Prezentarea publică argumentată a afacerii în fața unui public/juriu; Evaluare colegială: Analiza critică și constructivă a fezabilității proiectelor prezentate de colegi.

Pentru realizarea lecțiilor practice se propune axarea pe scopuri de formare și autoformare a competențelor de efectuare a calculelor tehnico-economice de alegere a soluției optime și analiza indicatorilor tehnico-economici. Pot fi utilizate următoarele metode: *algoritmizarea, problematizarea, probele practice*.

Organizarea procesului didactic centrat pe elev având în vedere adaptarea demersului educațional la particularitățile personale a elevului în actul de formare profesională, se va realiza prin sarcini propuse pentru studiu individual ghidat de profesor.

X. Sugestii de evaluare

Evaluarea la unitatea de curs „Bazele antreprenoriatului” are ca scop verificarea gradului de dobândire a competențelor antreprenoriale, axându-se pe capacitatea elevului de a iniția, planifica și gestiona o activitate economică.

Evaluarea inițială:

- ✓ Chestionare de autoevaluare: Identificarea profilului psihologic antreprenorial (spirit de inițiativă, reziliență, orientare spre rezultat).
- ✓ Brainstorming ghidat: Evaluarea nivelului de înțelegere a conceptelor economice de bază dobândite anterior.

Evaluarea formativă (pe parcurs):

- ✓ Portofoliul individual (produse ale studiului individual):
- ✓ Analiza SWOT personală și a afacerii (UC1, UC2).
- ✓ Dosarul actelor de constituire simulate (UC4).
- ✓ Organigrama și fișele postului pentru startup-ul propus (UC9).

Probe practice de calcul:

- ✓ Determinarea salariului brut/net și a contribuțiilor fiscale (UC11).
- ✓ Calculul pragului de rentabilitate și al fluxului de numerar (UC17, UC19).

Observarea sistematică:

Evaluarea implicării în activitățile de grup, a calității argumentării în cadrul dezbaterilor și a respectării eticii profesionale (UC6, UC7).

Evaluarea sumativă (finală):

Proiectul „Planul de Afaceri”: Produsul final care demonstrează integrarea cunoștințelor de marketing, management și finanțe.

Se evaluează:

- Originalitatea și viabilitatea ideii de afaceri.
- Coerența între obiectivele strategice și resursele alocate.
- Acuratețea calculului financiar și a indicatorilor de performanță.

Susținerea publică (Pitch):

Evaluarea abilităților de comunicare asertivă, a capacității de persuasiune și a utilizării instrumentelor IT în prezentarea argumentată a afacerii.

Indicatori de evaluare:

- Relevanța: Corespondența ideii de afaceri cu nevoile identificate pe piața locală.
- Corectitudinea: Aplicarea normelor legale și fiscale în vigoare în Republica Moldova.
- Fezabilitatea: Realismul proiecțiilor financiare și identificarea corectă a surselor de finanțare.
- Redactarea: Respectarea normelor de structurare și a limbajului economic de specialitate în documentația elaborată.

XI. Resursele necesare pentru atingerea rezultatelor învățării

Pentru a realiza cu succes formarea competențelor specifice la Bazele antreprenoriatului, trebuie asigurat un mediu de învățare autentic, relevant și centrat pe elev, care să simuleze dinamica mediului de afaceri real.

Sala de curs va fi organizată ca un spațiu colaborativ de tip hub antreprenorial, dotat cu mobilier modular (adekvat lucrului în echipă), tablă ecologică/flipchart, alculator conectat la internet de mare viteză, ecran, proiector și condiții ergoeconomice care să favorizeze creativitatea și productivitatea.

Lucrările practice se vor desfășura în sala de curs sau în laboratoare dotate corespunzător, iar materialele necesare realizării acestora și ale altor activități de învățare sunt:

Resurse digitale: Softuri de calcul tabelar (Excel/Google Sheets) pentru planificări financiare, instrumente de prezentare (Canva/Prezi), platforme pentru sondaje de piață și acces la baze de date juridice/fiscale.

Materiale logistice: Seturi de flipchart, markere colorate, post-it-uri pentru sesiuni de brainstorming și tehnici de design thinking.

Documentație de specialitate: Modele de planuri de afaceri, formulare tipizate de acte de constituire (SRL, ÎI), extrase din Codul Fiscal și Codul Muncii.

Instrumente de simulare: Jocuri de business, studii de caz din mediul antreprenorial local și ghiduri practice elaborate de organizații de suport (ex. ODA).

XII. Resursele didactice recomandate elevilor

Nr. crt.	Denumirea resursei	Locul în care poate fi consultată sau accesată resursa
1.	Maria Cojocar, <i>Bazele antreprenoriatului</i> , Chișinău: CEP USM, 2018.	Biblioteca instituției
2.	B. Solcan, <i>Bazele antreprenoriatului: Note de curs</i> , UTM, Chișinău, 2015.	Biblioteca instituției / Online UTM
3.	<i>Ghid Metodologic</i> . Sprijin pentru profesori la Bazele Antreprenoriatului. Chișinău, 2014. CEDA	Biblioteca instituției

Nr. crt.	Denumirea resursei	Locul în care poate fi consultată sau accesată resursa
4.	<i>Suport de curs la disciplina Bazele Antreprenoriatului. Sugestii privind proiectarea lecțiilor. Chișinău, 2014. CEDA</i>	Biblioteca instituției
5.	<i>Suport de Curs la disciplina Bazele Antreprenoriatului. Caiet de sarcini pentru elevi la Bazele Antreprenoriatului, Chișinău, 2014. CEDA</i>	Biblioteca instituției
6.	<i>Tinerii in actiune – Antreprenoriatul o optiune de cariera, Istorie de succes. Chișinău, 2019. CEDA</i>	Biblioteca instituției
7.	Al. Gribincea, <i>Antreprenoriat: inițierea afacerii</i> , Chișinău, 2010.	Biblioteca instituției
8.	Organizația pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului (ODA) — Programe de subvenționare (PARE 1+2, Start pentru Tineri, Digitalizare).	https://www.oda.md/
9.	Codul Civil al Republicii Moldova (Capitolul privind unitățile de drept și activitatea de întreprinzător).	https://www.legis.md/
10.	Codul Fiscal al Republicii Moldova (Regimul de impozitare pentru IMM-uri).	https://sfs.md/ro/pagina/codul-fiscal
11.	Legea nr. 179 din 21.07.2016 cu privire la întreprinderile mici și mijlocii.	https://www.legis.md/
12.	Agenția Servicii Publice (ASP) — Proceduri de înregistrare a unităților de drept (SRL, ÎI).	https://www.asp.gov.md/
13.	Platforma Cariera Mea — Resurse pentru dezvoltarea personală și profilul antreprenorial.	https://carieramea.md/
14.	Portalul guvernamental al datelor deschise — Statistici despre mediul de afaceri din RM.	https://date.gov.md/
15.	Modele și structuri pentru Planul de Afaceri (Ghiduri practice).	https://www.oda.md/ro/resurse-utile
16.	Inspectoratul de Stat al Muncii — Modele de Contracte Individuale de Muncă și reglementări.	https://ism.gov.md/