

**AUXILIAR CURRICULAR**  
**PENTRU DISCIPLINA EDUCATIE ANTREPRENORIALA**  
Clasa a X-a

**COMPETENȚE GENERALE**

1. Utilizarea conceptelor specifice educației antreprenoriale pentru organizarea demersurilor de cunoaștere și de explicare a unor fapte, evenimente, procese din viața reală
2. Aplicarea cunoștințelor specifice educației antreprenoriale în situații caracteristice economiei de piață, precum și în analiza posibilităților de dezvoltare personală
3. Cooperarea în cadrul diferitelor grupuri pentru rezolvarea unor probleme teoretice și practice specifice mediului de afaceri
4. Evaluarea comportamentului adecvat unui mediu economico-social în schimbare
5. Formularea unor opinii referitoare la rezolvarea problemelor comunității, privind inițierea și derularea afacerilor

**CONȚINUTURI**

- I. Managementul resurselor personale
- II. Inițierea și derularea unei afaceri
- III. Etica în afaceri
- IV. Risc și reușită în afaceri

**STANDARDE DE PROMOVARE**

Se aplică în momentul în care elevul este în situație de corigență și conform ROFUIP în ultimele 2 săptămâni ale semestrului trebuie evaluat în vederea clarificării situației școlare; această ultimă evaluare trebuie să pornească de la cerințele din standardul de promovare:

- Identificarea rolurilor posibile pe care le poate îndeplini individul în domeniul economic
- Utilizarea adecvată a conceptelor specifice antreprenoriatului
- Identificarea riscurilor ce decurg din comportamentul în afaceri
- Identificarea unor soluții alternative la problemele comunității, privind inițierea / derularea unei afaceri

**PLANUL DE EVALUARE**

TEMA	Metode și instrumente de evaluare	PERIOADA	NR. NOTE
◆ Managementul resurselor personale	Probă scrisă Fișe de lucru Miniproiecte	S 6	1
◆ Inițierea și derularea unei afaceri	Proiect –Plan de afaceri	S 12	1
◆ Inițierea și derularea unei afaceri	Fișe de lucru, Microproiecte Probe orale	S17	1

TEMA	Metode si intrumente de evaluare	PERIOADA	NR. NOTE
◆ Etica în afaceri	Referat Fișe de lucru	S 24	1
◆ Etica în afaceri	Referat Fișă de lucru Probe orale	S 27	1
◆ Risc și reușită în afaceri	Microproiect/Fișă de evaluare a proiectului	S 35	1

## RUBRICAȚIA CAIETULUI DE EVALUARE

Nume si prenume elev	SEMESTRUL I					SEMESTRUL II				Obs.
	Test inițial	Evaluare continuă	Evaluare scrisa	Tema	Proiect Portofoliu	Test inițial	Evaluare continuă	Tema	Evaluare scrisă	

## SINTEZA MATERIEI

### Capitolul I Managementul resurselor personale

#### 1.1. Motivatia muncii

Munca reprezinta activitatea fizica sau intelectuala cu caracter social-util, specifica numai omului, facuta constient in vederea unui scop dinainte stabilit: producerea de bunuri necesare satisfacerii nevoilor oamenilor.

Motivatia unui angajat este defnita de suma tuturor stimulilor individuali necesari pentru realizarea performantei.

Acesti stimuli pot fi: obiectivi si subiectivi.

**Motivatia** este esentiala in activitatea psihica si in dezvoltarea personalitatii

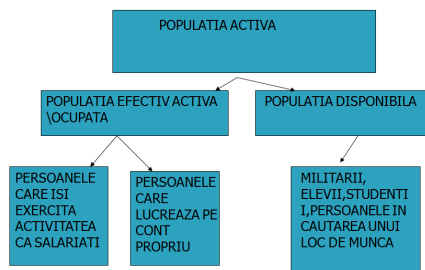
#### 1.2. Alegerea traseului profesional si problema mobilitatii profesionale

**Cariera** reprezinta: o profesie, ocupatie, domeniu de activitate, timp cat cineva lucreaza intr-un anumit domeniu, etapa sau treapta in ierarhia profesionala, pozitie in societate, situatie buna. (Fazele de dezvoltare)

Formarea initiala se realizeaza in scoala, iar cea profesionala se realizeaza de institutii guvernamentale sau private.

Pregatirea profesionala se realizeaza prin:

- educatie permanenta,
- cursuri de calificare, recalificare, perfectionare.



### 1.3. Calitati si competente ale intreprinzatorului de succes

**Calitatea** reprezinta o trasatura de personalitate, o insusire esentiala, in virtutea careia un individ este deosebit fata de alt individ.

**Competenta** este capacitatea unui individ de a se pronunta asupra unui lucru, pe temeiul unei cunoasteri adanci a problemei in discutie.

## Cap II. INITIEREA SI DERULAREA UNEI AFACERI

### 2.1 PLANUL DE AFACERI SI PROBLEMELE APLICARII ACESTUIA

**Planul de afaceri** este documentul construit pentru a determina drumul de parcurs al unei intreprinderi intr-o anumita perioada de timp. El stabileste misiunea, obiectivele, strategia si planurile de actiune pentru derularea unei activitati specifice pe parcursul unei perioade viitoare determinate.

**Utilitatea** planului de afaceri este atat **interna** (ca instrument de lucru al managerilor) cat si **externa** (pentru obtinerea unei finantari, sau pentru a realiza un parteneriat strategic cu o alta firma).

#### CONTINUTUL UNI PLAN DE AFACERI

**Conținutul general** pe care trebuie să-l acopere orice plan de afaceri :

##### ❶.Sinteza planului de afaceri

Planul este un document de bază, în cadrul acestuia fiind evidențiate succint principalele elemente caracteristice planului de afaceri:

- ☛obiectivul avut în vedere;
- ☛descrierea sintetică a afacerii;
- ☛informații succinte pentru firmă;
- ☛necesarul de fonduri;
- ☛rezultate economico-financiare scontate;
- ☛echipa managerială etc

##### ❷.Prezentarea societății comerciale/firmei:

- ☛denumirea firmei și data înființării;
- ☛forma juridică de constituire;
- ☛numărul de înregistrare la Registrul Comerțului și codul fiscal;
- ☛natura capitalului societății \*de stat, particular, mixt);
- ☛obiectul de activitate înscris în statut (producție, servicii, comerț, construcții, agricultură);
- ☛numele și numărul acționarilor (proprietarilor), datele personale.

##### ❸.Descrierea afacerii:

- ☛obiectivele prioritare și misiunea firmei;
- ☛nevoile consumatorilor ce urmează a fi satisfăcute;
- ☛produsele/ serviciile ce urmează a fi fabricate/prestate;
- ☛cantitățile anuale exprimate în unități fizice sau monetare;
- ☛necesarul de utilaje și dotări;
- ☛situația actuală a firmei și perspectivele de dezvoltare

##### ❹.Descrierea amănunțită a produselor/serviciilor oferite

- ☛caracteristicile tehnice și economice ale produsului/serviciu oferit;
- ☛avantajul ompetitiv față de produsele/serviciile similare de pe piață;
- ☛tehnologiile de fabricație și gradul de noutate al produsului/serviciului;
- ☛canalele de distribuție și modalitățile de promovare;
- ☛prețurile de vânzare.

##### ❺.Definirea pieței:

- ☛ partea de piață și vânzările estimate;
- ☛ structura și dimensiunile cererii;
- ☛ prezentarea principalilor concurenți și ponderea deținută pe piață;
- ☛ segmentul de piață dorit de firmă și evoluția acestuia în următorii 1 – 5 ani;
- ☛ strategia de piață a întreprinderii.

### ⑥. Organizarea firmei și managementul acesteia

Acest capitol include informații privitoare la echipa de conducere și la resursele umane, la managementul firmei:

- ☛ structura organizatorică și metodele de organizare și conducere;
- ☛ descrierea membrilor echipei manageriale cu evidențierea punctelor slabe ale fiecărui membru;
- ☛ modalitățile de selectare și perfecționare a salariaților;
- ☛ forma de salarizare;
- ☛ descrierea procesului de prod. cu menționarea duratelor și a chelt. aferente fiecărei et. a acestuia;
- ☛ necesariul de spațiu, instalații, personal (cantitativ și calitativ).

### ⑦. Situația economico – financiară a societății

Planul de afaceri trebuie să arate potențialilor investitori sau creditori de ce este profitabil să investească în acea firmă. Informațiile financiare sunt grupate astfel:

#### Temă (echipe de cate 4) Plan de afaceri cu urmatoarea structura

- ▶ - imaginea globală și planul de acțiune,
- ▶ - descrierea firmei, produselor/ serviciilor,
- ▶ - piața și strategii de marketing,
- ▶ - reclama și promovarea,
- ▶ - procesul de producție, instalații și echipamente, forța de muncă,
- ▶ - echipa de conducere,
- ▶ - surse de finanțare,
- ▶ - anexe (proiectii financiare detaliate, date tehnice si imagini ale produsului, cercetarea de piata, situatia comenzilor si nemulțumirilor, CV-urile managerilor cheie, organigrama afacerii),

## 2.2. Condițiile legislative ale activitatilor antreprenoriale

Cadrul legislativ in care isi desfășoară activitatea un antreprenor cuprinde legi, norme și reguli ce trebuie respectate cu strictețe. Cateva dintre acestea le vom enumera si noi:

### 1. Legea nr. 31/1990 privind societățile comerciale

### 2. Legea nr. 26/1990 privind Registrul Comerțului

3. Norme metodologice nr. p/608-773, emise de Camera de Comerț și Industrie a României și Ministerul Justiției

**Actul constitutiv** exprimă acordul de voință al asociaților sau acționarilor realizat cu scopul de a da naștere, a modifica, a transmite sau a stinge drepturi și obligații ce decurg din exercitarea obiectului de activitate al societății comerciale

#### TEMĂ Avantaje și dezavantaje ale diferitelor tipuri de societăți comerciale

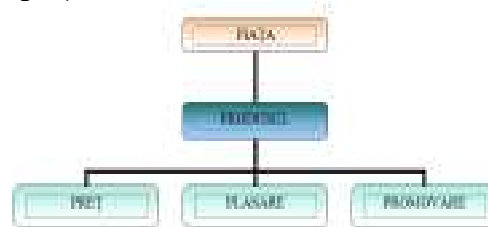
## 2.3. Codul muncii-cadrul legislativ pentru asigurarea cu resurse umane a noii societati comerciale

Reglementeaza domeniul raporturilor de munca, modul in care se efectueaza controlul aplicarii reglementarilor din domeniul raporturilor de munca, precum si jurisdicția muncii.

**Principii** ce stau la baza codului muncii

- ▶ Dreptul la muncă nu poate fi îngăduit
- ▶ Munca forțată este interzisă
- ▶ Libertatea alegerii locului de muncă
- ▶ Dreptul la plată egală pentru muncă egală
- ▶ Egalitate

## 2.4. Instrumente necesare studierii pieței



**Prospectarea pieței** constă în culegerea de date despre piață, în mod mai mult sau mai puțin arbitrar și aleator. **Analiza pieței** constă în studierea singulară a pieței în scopul obținerii unei imagini momentane a situației pieței. În acest scop se procedează la împărțirea spațială a pieței și la segmentarea pe grupe de produse. **Urmărirea pieței** constă în stabilirea evoluțiilor și modificărilor datelor de piață în anumite intervale de timp (o lună, un an). Aceste modificări ale datelor de piață se pot datora unor factori ca:

- ▶ -influența modei;
- ▶ -schimbarea gusturilor;
- ▶ -modificarea puterii de cumpărare;
- ▶ -măsuri luate de stat pentru sprijinirea economiei.

**Prognoza pieței** constă în evaluarea și aprecierea viitoarelor evoluții ale pieței. Prognoza pieței se bazează pe rezultatele analizei pieței, urmării și prospectării pieței.

*Cea mai importantă metodă de studiere a pieței este chestionarul.*

**Chestionarul** constă într-o succesiune logică de întrebări, majoritatea cu răspunsuri oferite în variante multiple, cu ajutorul cărora se culeg datele într-o cercetare selectivă de marketing

**TEMĂ** Realizarea unui chestionar pe o temă la alegere. Aplicarea acestuia și interpretarea rezultatelor.

## 2.5 Resursele necesare derularii unei afaceri

### 2.5.1. Resursele financiare



### 2.5.2 Resursele materiale

Resursele materiale atrase în activități economice reprezintă factorul de producție **capital**.

*Factorul de producție capital* se împarte în două categorii diferite:

1. **Capitalul fix** (format din clădiri, hale, depozite, utilaje, mașini-unelte, instalații, roboți, mobilier și aparatură birotică, mijloace de transport etc.);
2. **Capitalul circulant** (format din materii prime, materiale de bază și auxiliare, semifabricate, combustibil prin producție, energie, resurse bănești etc.).

Deprecierea capitalului fix este cunoscută sub forma de **uzura**.

- Uzura poate fi:
- fizica
  - morala

**Amortizarea** capitalului fix = recuperarea sub forma bănească a valorii capitalului fix consumat

### 2.5.3. Resursele umane

Totalitatea resurselor umane care își desfășoară activitatea în cadrul unei întreprinderi reprezintă **personalul întreprinderii** (factorul de producție *munca*).

Personalul unei întreprinderi este **format** din:

⇒ salariați încadrați permanent sau temporar:

- cei prezenți la lucru;
- cei aflați în concediu (de odihnă, de boală sau de studii);

⇒ salariați absenți motivat sau nemotivat:

- cei trimiși să lucreze în afara întreprinderii;
- cei aflați în deplasare;
- cei care efectuează ziua liberă;

⇒ salariații întreprinderii care își completează studiile în calitate de elevi sau studenți

**Documentele** utilizate pentru exprimarea structurii organizatorice a societății comerciale sunt următoarele:

- organigrama (redată în schema anterioară);
- regulamentul de organizare și funcționare;
- fișa postului

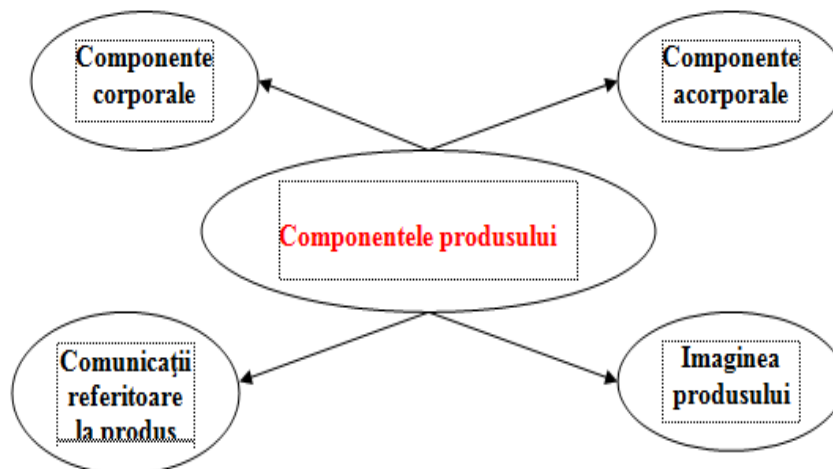
**Principalele componente ale structurii organizatorice sunt:**

- postul;
- funcția;
- compartimentul;
- nivelul ierarhic
- relațiile organizatorice

**TEMĂ** Realizarea CV-ului personal și întocmirea unei scrisori de intenție pentru angajarea în domeniul serviciilor.

### 2.6 Obținerea produsului

1. **Definiția produsului**: -ansamblu de elemente fizice, chimice și de altă natură reunite într-un tot unitar și care îndeplinesc anumite funcții.



## Ciclul de viața al unui produs

**CREAREA** - întreprinderea identifică și dezvoltă ideea de produs nou

**INTRODUCEREA PE PLAȚĂ** - vânzări ușor crescute și profituri reduse

**CREȘTEREA** - creșterea rapidă a vânzărilor și a profitului

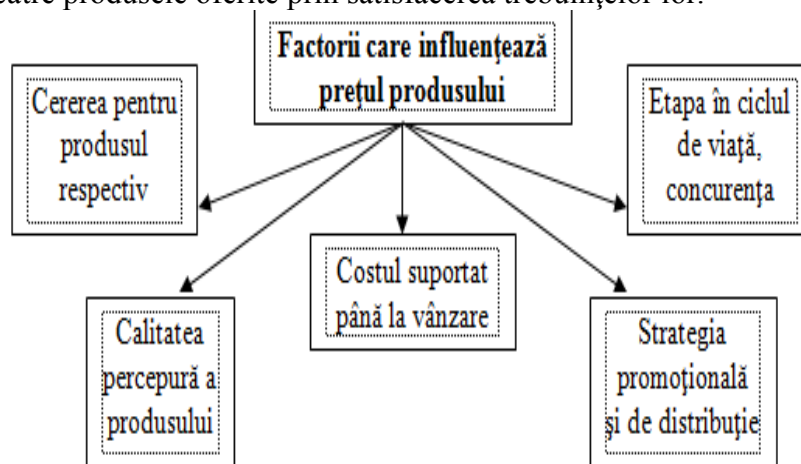
**MATURITATE** - vânzările scad și profitul se stabilizează

**DECLIN** - vânzările și profitul scad

**TEMĂ** Realizați ciclul de viață al unui produs la alegere.

### 2.7. Promovarea produsului

**Promovarea produsului:** ansamblul de acțiuni efectuate cu scopul informării și atragerii cât mai multor potențiali cumpărători către produsele oferite prin satisfacerea trebuințelor lor.



Tehnici de promovare a produselor:

- reduceri de preț
  - demonstrațiile
  - cadourile promoționale
  - jocurile și concursurile
  - acordarea de premii
  - publicitatea la locul vânzării

**TEMĂ** Alegeți un produs sau serviciu și prezentați câteva tehnici de promovare folosite pentru acesta.

### 2.8. Contabilitatea firmei

Cele mai importante informații privind evaluarea afacerii firmei rezultă din documentele contabile.

Ramurile contabilității sunt:

1. Contabilitatea financiară
2. Contabilitatea de gestiune

**Contabilitatea financiară** este standardizată și presupune urmărirea, controlul și prezentarea fidelă a

patrimoniului, a situației financiare și **rezultatului exercițiului**, prin intermediul **documentelor de sinteză**, în scopul furnizării informațiilor necesare elaborării deciziilor economice.

**Contabilitatea de gestiune** are ca scop urmărirea analitică a gestiunii interne a unității, calcularea **costurilor de producție**, stabilirea **rentabilității** pe produse, lucrări, servicii, întocmirea **bugetelor** pe feluri de activități, furnizarea de informații necesare în procesul decizional.

#### **Indicatori economico-financiari:**

- ▶ **Indicatori de eforturi:** capitalul fix, capitalul circulant, nr de salariați, volumul investițiilor etc
- ▶ **Indicatori ai eficienței producției:** productivitatea muncii pe produs, costuri unitare, profit pe unitatea de produs,
- ▶ **Indicatori ai utilizării factorilor de producție:** productivitatea muncii, profitul la 1000 lei capital fix, cifra de afaceri la 1000 lei KF , etc.
- ▶ **Indicatori de efecte:** capacitatea de producție, cifra de afaceri, profitul etc

#### **Indicatori financiari:**

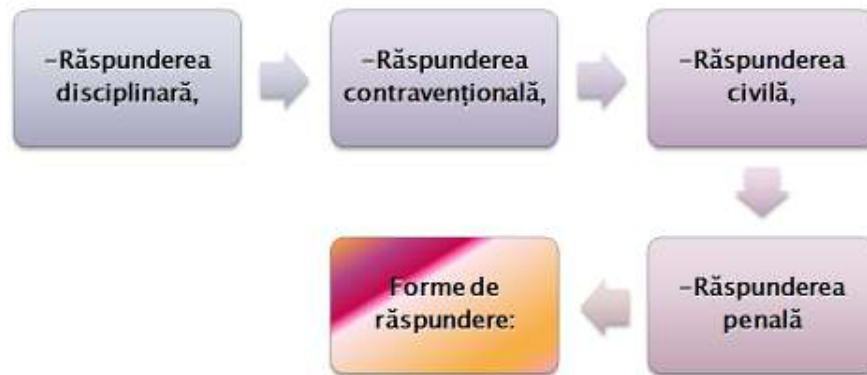
- ▶ **lichiditatea** - capacitatea unei întreprinderi de a face față obligațiilor sale de plată pe termen scurt.  
Active= resurse de la care se așteaptă să genereze beneficii viitoare
- ▶ **solvabilitatea** – capacitatea firmei de a-și onora la scadență datoriile pe termen mediu și lung.  
Capital propriu = interesul rezidual al proprietarilor în activele unei firme
- ▶ **rentabilitatea**- capacitatea unei firme de a obține profit

## **Capitolul III Etica în afaceri**

### **3.1 Răspunderea în afaceri**

Se referă la comportamentul pe care îl aleg întreprinzătorii din multiplele variante posibilele, ținând cont de interesele generale ale firmei, coroborate cu dispozițiile legale restrictive care nu pot fi încălcate.

#### **Forme de răspundere**



### **3.2. Principii etice în relațiile cu angajații firmei, cu partenerii de afaceri și cu instituțiile publice**

Responsabilitatea socială a firmei-presupune luarea deciziilor în conformitate cu anumite standarde.

- ▶ Sensibilitatea socială a unei firme- reprezintă dezvoltarea proceselor decizionale care orientează practicile firmei în vederea adaptării unei conduite corecte dpdv social.
- ▶ Unind etica profesională cu responsabilitatea și sensibilitatea rezultă politica socială a firmei care reprezintă comportamentul firmei de afaceri exprimat prin:
- ▶ -relațiile și interacțiunile care se stabilesc între firmă și mediul social intern și extern, autohton și internațional(acționarii, angajații, clienții furnizorii, organele de stat, concurenții).



- ▶ -problemele care rezultă din acțiunile firmei sau interacțiunile dintre firmă și mediul său ambiant.
- ▶ -abilitatea firmei de a diagnostica o problemă, a stabili alternativele de soluționare a acesteia și de a o rezolva înainte ca ea să devină majoră.

### 3.3 Protecția consumatorului

În țara noastră, legislația privind protecția consumatorului este destul de sumară, până în 1990 neacordându-se o prea mare atenție acestui domeniu.

Prima etapă în elaborarea legislației în domeniul protecției consumatorilor în România a constituit-o ordonanța guvernamentală nr. 21/1992 inspirată din principiile directoare ale ONU.

#### **Drepturi ale consumatorilor:**

- dreptul la satisfacerea cerințelor esențiale de viață,
- dreptul la siguranță,
- dreptul de a fi informat,
- dreptul de a fi protejat,
- dreptul de a alege,
- dreptul de a fi ascultat,
- dreptul la despăgubire,
- dreptul la educare,
- dreptul la un mediu ambiant sănătos

În România, principalul organism guvernamental cu rol în protecția consumatorului este ANPC; obiectivul său principal îl reprezintă realizarea politicii guvernamentale în domeniul protecției vieții, sănătății, securității și intereselor legitime ale consumatorilor.

**TEMĂ** Cu ajutorul informațiilor din mass-media identificați agenți economici din județul Bacău care au fost sancționați pentru încălcarea drepturilor consumatorilor. Ce sancțiuni au primit aceștia?

### 3.4 Protecția mediului

Mediul ambiant reprezintă totalitatea factorilor care asigură menținerea echilibrului ecologic și determină condițiile de viață pentru om și dezvoltarea societății.

Omul a contribuit la deteriorarea mediului înconjurător prin: defrișarea pădurilor, suprapășunatul, construirea de lacuri de acumulare, baraje în zone care trebuiau protejate, exploatarea exagerată a faunei terestre, a resurselor oceanice, a subsolului, poluare.

#### **Principiile programului de mediu**

- ▶ Evitarea utilizării excesive a resurselor naturale,
- ▶ Daunele aduse mediului să fie evitate și nu combătute,
- ▶ Respectarea reglementărilor în domeniul protecției,
- ▶ Educarea timpurie a populației,
- ▶ Aplicarea măsurilor

## Capitolul IV Risc și reușită în afaceri

### 4.1 Riscul în afaceri

**Atitudinea întreprinzătorului față de risc poate fi:**

- *Impulsivă* – subestimarea posibilităților de eșec
- *Prudentă* - exagerată - supraestimarea posibilităților de eșec
- *Realistă* - estimarea reală a riscului

**Gestionarea riscurilor** presupune :

- a. *examinarea critică a evenimentelor* a căror apariție este probabil să provoace pierderi pt întreprindere și efectuarea de propuneri pt remedierea situației analizate
- b. *anticiparea pierderilor posibile* pt limitarea consecințelor acestora

#### **Etapele activității de gestionare a riscului:**

1. **Analiza** – indentificarea, evaluarea riscurilor și separarea riscurilor pure de cele speculative
2. **Tratamentul** – alegerea politicii de prevenire a riscurilor
3. **Administrarea** – selectarea modului de finanțare pt fiecare risc identificat
  - Suportarea de către întreprindere a unei părți sau a întregii sarcini financiare a riscului
  - Transferarea riscurilor către un terț
4. **Controlul** – aplicarea măsurilor preventive pt evitarea riscurilor

#### **4.2. Modalități de minimizare a riscului**

Întreprinzătorii au la dispoziție patru strategii de gestionare a riscului: evitarea riscului, prevenirea riscului, transferul riscului și asumarea riscului.

**Evitarea riscului** presupune **refuzul de a întreprinde o acțiune** în care riscul pare să fie prea costisitor. De exemplu, închirierea unui mijloc de transport în loc de cumpărarea lui evită riscul pierderii datorită accidentelor rutiere. De asemenea, depunerea zilnică a banilor la bancă evită pierderea datorită furturilor.

**Prevenirea riscului** (reducerea riscului, controlul pierderilor) constă în utilizarea de diferite metode pentru reducerea probabilității producerii anumitor evenimente și diminuarea efectului celor care se petrec. Tehnica principală folosită o reprezintă prevenirea prin diferite măsuri de siguranță și protecție. Întreprinzătorii pot preveni riscul accidentării salariaților, de exemplu, prin instructaje de protecția muncii. Verificarea tehnică a mijloacelor de transport și a stării sănătății conducătorilor auto reduce riscul producerii accidentelor rutiere. De asemenea, instalarea de sisteme de alarmă și angajarea agenților protguard diminuează posibilitatea furturilor.

**Transferul riscului** presupune mutarea riscului către altă persoană sau organizație. Cea mai cunoscută formă de transfer a riscului este asigurarea, care este procesul prin care societatea de asigurare este de acord să plătească unei persoane sau organizații despăgubirea datorită pierderii înregistrate contra unei prime de asigurare.

**Asumarea riscului** (absorbția riscului) constă în absorbirea riscului deoarece este imposibilă asigurarea împotriva tuturor pierderilor posibile. În general se absorb riscurile în care pierderea nu este mare. De exemplu, dacă firma are mai multe mijloace de transport, pe cele vechi poate să nu le asigure întrucât consideră că are posibilități financiare de a-și asuma riscul pierderii din accidente de circulație. În unele cazuri, asumarea riscului ia forma autoasigurării. Aceasta poate fi definită ca acceptarea planificată a riscului pierderii. Prin autoasigurare, întreprinzătorul își constituie un fond de rezervă destinat eventualelor pierderi. De regulă, întreprinzătorii nu au suficiente fonduri pentru a constitui însă acest fond.

În general, se folosesc mai multe strategii de gestionare a riscului în același timp.

**TEMĂ** Dați 5 exemple de modele de reușită în afaceri la nivelul local / național / internațional.

# ACTIVITĂȚI DE ÎNVĂȚARE

## Activități de învățare nr. 1

**I.** Încercuiește litera corespunzătoare răspunsului corect.

1. La baza desfășurării activității economice a omului se află:

- a. dorința de a munci;
- b. satisfacerea nevoilor;
- c. intenția de a presta un serviciu.

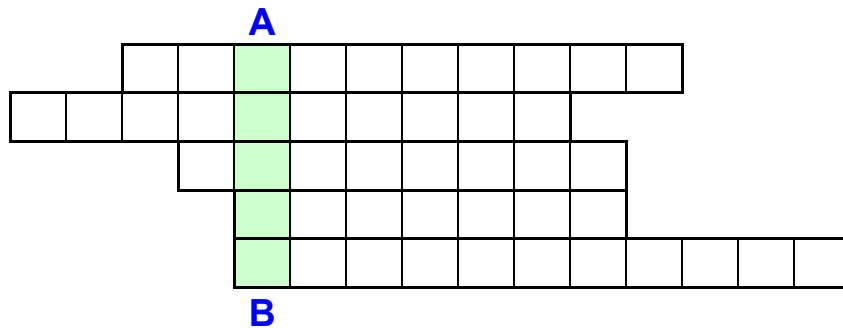
2. Motivația are ca factor obiectiv:

- a. remunerația bună;
- b. interesul de a munci voluntar;
- c. un loc de muncă nesigur.

**II.** Stabilește valoarea de adevăr a următoarelor enunțuri:

- 1.  A  F. Planul de carieră se poate pune în relație directă cu dezvoltarea adultului.
- 2.  A  F. Calitățile și competențele unui întreprinzător nu contează prea mult în momentul demarării unei afaceri.
- 3.  A  F. O țară este bogată atunci când oamenii ei sunt bogați.

**III.** Rezolvă rebusul:



- 1. Întreprinzătorul de succes are calități și .....
  - 2. Înainte de a fi producător, omul este .....
  - 3. Aici găsim locuri de muncă cu ajutorul computerului.
  - 4. Ocupație, profesie, domeniu de activitate, ..... într-un singur cuvânt.
  - 5. Sinonim cu întreprinzător.
- Pe coloana A – B vei descoperi activitatea specifică numai omului, sursa bunăstării.

**IV.** MINIPROIECT.

Ești proaspăt absolvent al Facultății ....., specializarea ..... Accesează Internetul în vederea găsirii și ocupării unui loc de muncă potrivit pregătirii tale profesionale.

Utilizează site-urile prezentate la sfârșitul capitolului I și notează pe caiet cât mai multe informații legate de locurile de muncă dorite.

**V.** Comentează, împreună cu profesorul și colegii, următoarele citate:

”Dintr – o muncă cât de mică,/Dacă nu curge, tot pică.”

”Munca e blagoslovită,/Când te ții de ea ai pită.”

(Anton Pann, Opere, II)

## Activități de învățare nr. 2

I. Stabilește valoarea de adevăr a următoarelor enunțuri:

1. **A.F.** Cariera reprezintă: o profesie, ocupație, domeniu de activitate, etapă sau treaptă în ierarhia profesională.
2. **A.F.** Progresul științei și tehnicii, deprecierea stocului de cunoștințe acumulate la școală nu impun o perfecționare a pregătirii profesionale inițiale.
3. **A.F.** Cariera unei persoane depinde de: aptitudini și talent, nevoi și motive, atitudini și valori.

II. Răspunde la următoarele întrebări:

1. Ce rol are școala în formarea unei cariere?

.....

2. Care sunt întrebările esențiale pe care trebuie să ni le punem pentru clarificarea imaginii interioare legate de carieră?

.....

III. Realizează, manual sau cu ajutorul computerului, graficul referitor la fazele parcurse de om de-a lungul vieții (prezentat în fig. 1.2, pag. 9). Efectuează comentarii împreună cu profesorul și colegii.

IV. Comentează citatele următoare:

1. "Meseria are timpuri de chin: chinul învățatului și apoi chinul cel de toate zilele, al perfecționării".
2. "Meșteșugul vreme cere, / Nu se-nvață din vedere".

(A. Pann, opere, II, 150)

## Activități de învățare nr. 3

I. Completează spațiile libere.

1. Oamenii se deosebesc între ei după.....
2. Aptitudinile constituie latura.....

II. Încercuiește răspunsul corect.

1. Înclinația deosebită, statornică pentru o activitate, asociată unei foarte bune dezvoltări a aptitudinilor, se transformă în:

a. Vocație.

b.Muncă.

c.Întreprinzător.

2.Întreprinzătorul este acea persoană care:

a.Dorește să câștige cât mai mulți bani.

b.Se angajează într-o societate comercială.

c.Are inițiativa de a înființa o societate comercială.

3.Definiția completă a întreprinzătorului se regăsește în:

a.Legea nr.133/2000;

b.Legea nr.133/1999;

c.Legea nr.54/2000.

III.Răspunde la următoarele întrebări:

1.Cum poate fi definit întreprinzătorul?

.....  
.....

2.Ce reprezintă reușita profesională?

.....

#### Activități de învățare nr. 4

I.Completează spațiile libere:

1.Întreprinzătorul reprezintă persoana care ..... cu scopul realizării și vânzării.....

2.Pentru a fi un întreprinzător de succes, acesta trebuie să aibă ..... si .....

II.Răspunde la următoarele întrebări:

1.Ce reprezintă calitatea unui individ?

.....  
.....

2.Cum poate fi definită competența?

.....  
.....

III.Stabilește asocierile corecte dintre cele două coloane.

A	B
1.Creativitatea și spiritul inovator.	a.Întreprinzător de succes.
2.Abilitățile manageriale.	b.Ceva genetic,cu care te naști.
3.Dorința de a câștiga.	c.Experiențe anterioare.
4.Feedback – ul.	d.Riscuri mici.
5.Independența.	

V.Enumeră cel puțin cinci calități și competențe ale unui întreprinzător de succes. Care dintre acestea îți se potrivesc?

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

VI.Comentează din punct de vedere al lecției, următorul citat:

”Fiecare om să fie la locul său după chemarea și destoinicia sa.”

## Activități de învățare nr. 5

I. Completează enunțurile următoare cu informația corectă:

1. Planul de afaceri este un instrument de ..... care se folosește pentru .....
2. Planul de afaceri este un ..... scris care descrie natura afacerii, .....

II. Stabilește valoarea de adevăr a următoarelor enunțuri:

1.  A.  F. Rolul planului de afaceri este de a ghida întreprinzătorul începând cu primul an al afacerii.
2.  A.  F. Procesul ce stă la baza planificării afacerii nu include fixarea obiectivelor.

III. Enumeră elementele și redactează conținutul general pe care trebuie să-l acopere orice plan de afaceri bine structurat.

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

IV. Efectuează propuneri de idei de afaceri și prezintă considerentele avute în vedere la selectarea acestora.

.....  
.....

V. Comentează, din punct de vedere al temei, următoarele citate

1. "A crea! Este mare plăcere; a reuși este marele triumf."

(V. Alecsandri, Cele mai frumoase scrisori, 355)

.....  
.....

2. "Veți crea, veți avea; nu veți crea, nu veți fi."

(Octav Onicescu – cf. Magazin, XXVII)

.....  
.....

3. "Fiecare lucru poartă în sine însăși măsura sa."

(M. Eminescu, Fragmentarium, 56)

.....  
.....

## Activități de învățare nr. 6



Completează spațiile libere cu informația corectă:

Din punct de vedere economic, piața reprezintă .....



Stabilește valoarea de adevăr a următoarelor enunțuri:

1.  Culegerea informațiilor, despre situația pieței, se face prin intermediul studiului de piață.
2.  Chestionarul nu reprezintă o metodă importantă de studiere a pieței.



**Miniproiect**

★ Formează o echipă cu colegul de bancă și realizați împreună un **chestionar** cu tema „Lansarea unui nou sortiment de ciocolată pe o piață” (piața reprezentând comunitatea - școala - din care faceți parte). Prezentați concluziile colegilor din clasă.

## Model de test de evaluare

### 1. (1p) Completează spațiile libere:

- a. Oamenii se deosebesc între ei după.....  
b. Întreprinzătorul reprezintă persoana care ..... cu scopul realizării și vânzării.....

### 2. (2p) Stabilește valoarea de adevăr a următoarelor enunțuri:

- A  F. O țară este bogată atunci când oamenii ei sunt bogati  
 A.F. Calitățile și competențele unui întreprinzător nu contează prea mult în momentul demarării unei afaceri.  
 A.F. Cariera unei persoane depinde de: aptitudini și talent, nevoi și motive, atitudini și valori.  
 A.F. Progresul științei și tehnicii, deprecieră stocului de cunoștințe acumulate la școală nu impun o perfecționare a pregătirii profesionale inițiale.

### 3. (1p) Încercuiește răspunsul corect.

A. Înclinația deosebită, statornică pentru o activitate, asociată unei foarte bune dezvoltări a aptitudinilor, se transformă în:

- a. Vocație.  
b. Muncă.  
c. Întreprinzător.

B. Motivația are ca factor obiectiv:

- a. remunerația bună;  
b. interesul de a munci voluntar;  
c. un loc de muncă nesigur

### 4. (1p) Cum poate fi definită competența?

### 5. (2p) Stabilește asocierile corecte dintre cele două coloane.

A	B
1. Creativitatea și spiritul inovator.	a. Întreprinzător de succes.
2. Abilitățile manageriale.	b. Ceva genetic, cu care te naști.
3. Dorința de a câștiga.	c. Experiențe anterioare.
4. Feedback – ul.	d. Riscuri mici.
5. Independența.	

V. (2p) Enumeră cel puțin cinci calități și competențe ale unui întreprinzător de succes. Care dintre acestea îți se potrivesc?

## BIBLIOGRAFIE

1. Natalia Lazăr, Maria Mitrache. (2011). *Educație antreprenorială-manual pentru clasa a X-a*. București: Editura Didactică și Pedagogică.
2. Delia Georgescu. (2006). *Educație antreprenorială-manual pentru clasa a XI-a (an de completare)*. București: Editura Niculescu.