



**LICEUL TEHNOLOGIC „PETRE S. AURELIAN”
SLATINA, OLT**

RESURSĂ EDUCAȚIONALĂ DESCHISĂ

Denumire: „PROCESUL APROVIVIONĂRII ȘI VÂNZĂRII
MĂRFURILOR”

Autori: Bîzu Ramona, Ghiță Mihaela, Raicu Marina, Tăbîrcă
Geanina, Urdeș Jenica

Unitatea de învățământ: Liceul Tehnologic „Petre S. Aurelian”

Disciplina: CDL

Domeniul: COMERȚ

Clasa: a XI-a

Scopul materialului propus¹: Didactic (de utilizat la clasa/cu
elevii)

¹ Detalii în anexa 1 la PO nr. 113/15.11.2017 privind evaluarea și selecția Resurselor educaționale deschise

**LICEUL TEHNOLOGIC „PETRE S. AURELIAN”
SLATINA, OLT**

AUXILIAR CURRICULAR

MODULUL V:

**PROCESUL APROVIZIONĂRII SI VÂNZĂRII
MĂRFURILOR (CDL)**

NIVEL 4

***Profil/Domeniul de pregătire profesională: SERVICII/COMERȚ
Calificarea: Tehnician în activități de comerț
Clasa a XI-a***

AUTORI:

***prof. Bîzu Ramona
prof. Ghiță Mihaela
prof. Raicu Marina
prof. Tăbîrcă Geanina
prof. Urdeș Jenica***

SLATINA

2019

CUPRINS

	Pag.
INTRODUCERE	3
CORELAREA REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII CU CONȚINUTURILE ÎNVĂȚĂRII	4
OBIECTIVE	5
MATERIALE DE REFERINȚĂ	
Fișa de documentare – Forme de aprovizionare a mărfurilor	6
Fișa de documentare – Selectarea furnizorilor	7
Fișa de documentare – Optimizarea lotului de aprovizionare	9
Fișa de documentare – Recepția mărfurilor	10
Fișa de documentare – Documente specifice aprovizionării	11
Fișa de documentare – Forme de vânzare a mărfurilor în magazine	19
Fișa de documentare – Etapele vânzării mărfurilor	21
Fișa de documentare – Prezentarea, argumentarea și obiecțiile clienților	22
Fișa de documentare – Operații tehnice de vânzare	23
Fișa de documentare – Documente specifice vânzării	24
ATIVITĂȚI PENTRU ELEVI	
Fișe de lucru	27
Studii de caz	42
Teme	44
Proiecte	45
SUGESTII METODOLOGICE	47
BIBLIOGRAFIE	48

INTRODUCERE

Auxiliarul curricular pentru modulul „Procesul aprovizionării și vânzării mărfurilor” este destinat atât elevilor din liceele tehnologice, clasa a XI-a, calificarea Tehnician în activități de comerț, nivel 4, cât și profesorilor implicați în pregătirea acestora.

Acest material a fost elaborat pe baza rezultatelor învățării și a domeniilor de competențe cheie prevăzute în SPP, ținând cont de conținuturile tematice din programa școlară și constituie un ghid util atât pentru cadrele didactice, cât și pentru elevi.

Modulul „Procesul aprovizionării și vânzării mărfurilor” face parte din categoria de curriculum: CURRICULUM ÎN DEZVOLTARE LOCALĂ, având alocate în Planul de învățământ un număr de 66 ore/an.

Auxiliarul curricular are următoarele componente:

1. Materiale de referință – conțin fișe de documentare, utile atât pentru profesori, cât și pentru elevi. Acestea pot fi utilizate ca fișe conspect pentru prezentarea conținuturilor.

2. Activități pentru elevi – în care se regăresc exemple activități ce pot fi utilizate atât la orele de curs cât și ca dovezi suplimentare pentru portofoliul elevului.

Informațiile conțin o serie de materiale utile elevului, materiale ce pot fi utilizate exact așa cum au fost gândite sau pot constitui model pentru elaborarea altor materiale:

- fișe de lucru;
- studii de caz;
- exerciții de descoperire;
- proiecte.

3. Sugestii metodologice – Auxiliarul oferă sugestii metodologice pentru activitățile propuse elevilor. Metodele didactice propuse au în vedere diferitele stiluri de învățare și respectarea principiilor educației centrate pe elev, sunt interactive, bazate pe cunoașterea directă a realității: studiu de caz, observarea dirijată, exercițiul, jocul de rol.

Auxiliarul cuprinde o varietate de tipuri de evaluare, inclusiv evaluarea individuală/de grup a elevilor și autoevaluarea.

CORELAREA REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII CU CONTINUTURILE ÎNVĂȚĂRII

Rezultate ale învățării suplimentare/ Rezultate ale învățării propuse spre aprofundare/extindere			Conținuturile învățării
URÎ 13 Gestionarea unității comerciale			
Cunoștințe	Abilități	Atitudini	
13.1.28. Precizarea formelor de aprovizionare și a criteriilor de selectare a furnizorilor. 13.1.29. Descrierea etapelor procesului de recepție a mărfurilor. 13.1.30. Prezentarea documentelor specifice aprovizionării și recepției mărfurilor.	13.2.34. Identificarea formelor de aprovizionare. 13.2.35. Stabilirea etapelor recepției mărfurilor. 13.2.36. Procesarea documentelor aferele aprovizionării cu mărfuri.	13.3.17. Asumarea responsabilității în proiectarea independentă a procesului de aprovizionare în conformitate cu tipul unității comerciale. 13.3.18. Colaborarea cu membrii echipei în vederea realizării sarcinilor de lucru.	Aprovizionarea cu mărfuri a unității comerciale: - Forme de aprovizionare a mărfurilor. - Selectarea furnizorilor. - Optimizarea lotului de aprovizionare. - Recepția mărfurilor. - Documente specifice aprovizionării.
13.1.31. Precizarea formelor de vânzare a mărfurilor în magazine. 13.1.32. Descrierea etapelor vânzării mărfurilor și precizarea operațiilor tehnice de vânzare. 13.1.33. Prezentarea documentelor specifice vânzării mărfurilor.	13.2.37. Aplicarea formelor de vânzare conform sortimentului de mărfuri și tipului de unitate comercială. 13.2.38. Stabilirea etapelor vânzării mărfurilor. 13.2.39. Procesarea documentelor aferele vânzării mărfurilor.	13.3.19. Asumarea responsabilității în proiectarea independentă a procesului de vânzare în conformitate cu tipul unității comerciale. 13.3.20. Colaborarea cu membrii echipei în vederea realizării sarcinilor de lucru.	Vânzarea mărfurilor: - Forme de vânzare a mărfurilor în magazine. - Etapele vânzării mărfurilor - Operații tehnice de vânzare. - Documente specifice vânzării.

OBIECTIVE

După parcurgerea acestui modul, elevii vor fi capabili:

- + să identifice formele de aprovizionare a mărfurilor;
- + să realizeze selecția optimă a furnizorilor;
- + să descrie etapele recepției mărfurilor;
- + să întocmească documentele aferente aprovizionării și recepției mărfurilor;
- + să precizeze formele de vânzare a mărfurilor;
- + să descrie etapele vânzării mărfurilor;
- + să determine operațiile tehnice de vânzare a mărfurilor;
- + să întocmească documentele aferente vânzării mărfurilor.

MATERIALE DE REFERINȚĂ

FISA DE DOCUMENTARE – Forme de aprovizionare a mărfurilor

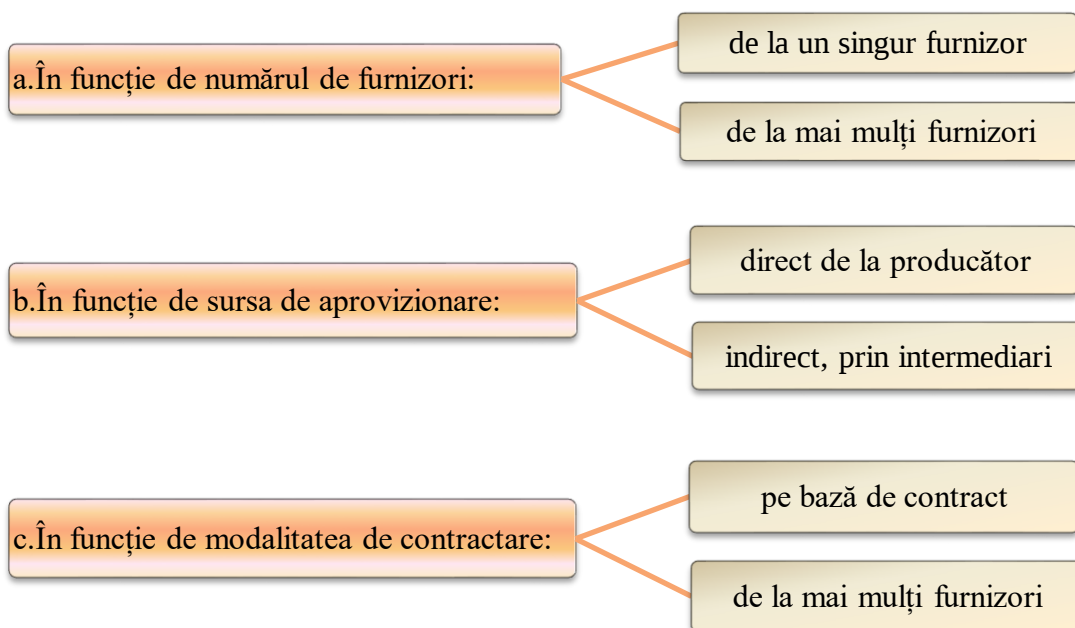
Aprovizionarea cu mărfuri a magazinului constituie o activitate de bază a întreprinderii comerciale și constă în achiziționarea de mărfuri de la diverși furnizori (producători, angroșiști, importatori, etc) în scopul de a le revinde ulterior consumatorilor finali (populația, alți consumatori).

Principalele activități necesare în vederea aprovizionării constau în:

- + stabilirea volumului și structurii cererii de mărfuri;
- + prospectarea pieței în vederea stabilirii surselor de aprovizionare;
- + cunoașterea furnizorilor efectivi și potențiali;
- + emiterea comenzilor și încheierea contractelor.

Cantitatea și sortimentul de mărfuri achiziționate influențează direct volumul vânzărilor și implicit rentabilitatea întreprinderii comerciale.

Principalele forme de aprovizionare cu mărfuri constau în:

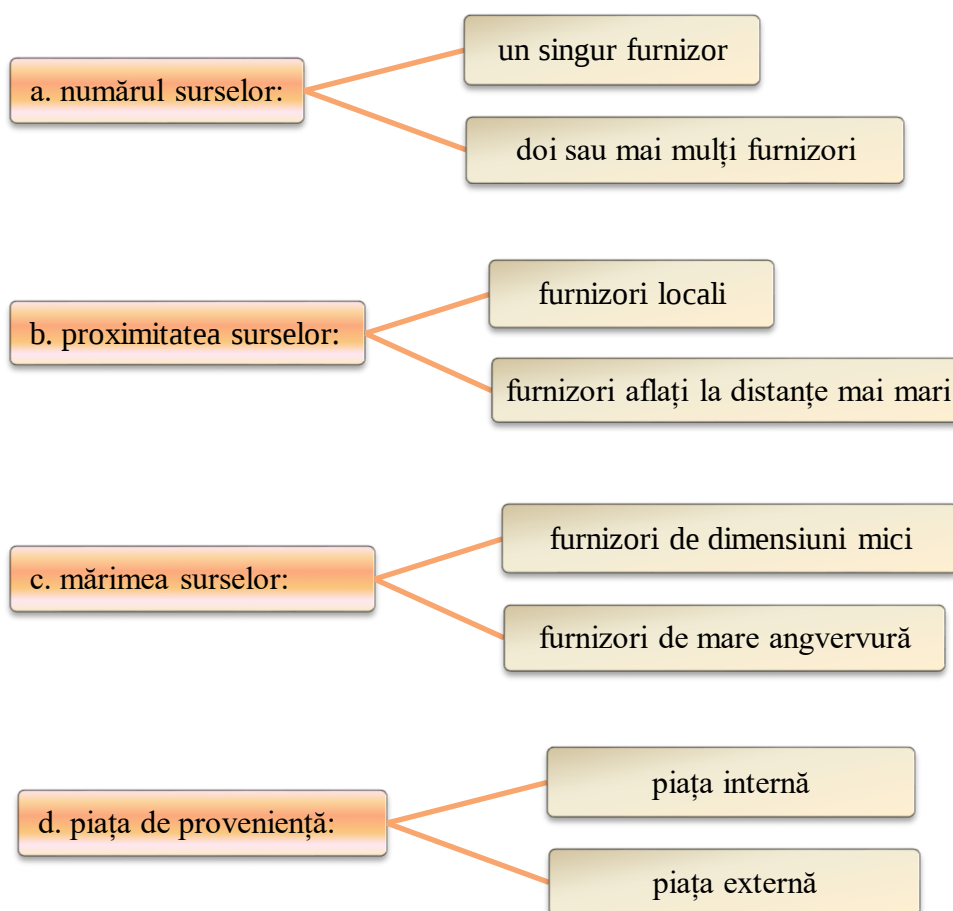


FISA DE DOCUMENTARE – Selectarea furnizorilor

La baza selecției furnizorilor stau o serie de aspecte legate de preț, calitate, condiții și termene de livrare. Principalele criterii de selecție a furnizorilor sunt:

- + calitatea produselor;
- + condițiile de livrare;
- + prețul;
- + distanța de la care se face aprovizionarea;
- + frecvența aprovizionării cu mărfuri;
- + prestigiul furnizorului.

Strategia de selecție a furnizorilor pe care întreprinderea comercială o adoptă poate avea în vedere unul din următoarele aspecte:



Indiferent de strategia adoptată obiectivul principal al activității de aprovizionare îl constituie alegerea furnizorului care oferă cel mai mic preț ținând cont în același timp și de calitatea produsului astfel încât să se obțină cel mai bun raport calitate-preț.

Evaluarea ofertei furnizorilor se poate realiza utilizând analiza multicriterială, analiză ce are la bază un model matematic de determinare a importanței furnizorului. Prin intermediul acesteia se identifică un set de criterii de evaluare și se determină importanța fiecărui criteriu pentru importanța furnizorului.

Reguli de evaluare:

- ✚ Calitatea produsului: „foarte ridicată” – 5 pct., „ridicăată” – 4 pct., „medie” – 3 pct., „scăzută” – 2 pct., „foarte scăzută” – 1 pct.;
- ✚ Nivelul prețului: „foarte scăzut” – 5 pct., „scăzut” – 4 pct., „mediu” – 3 pct., „ridicat” – 2 pct., „foarte ridicat” – 1 pct.;
- ✚ Termenul de livrare: „foarte prompt” – 5 pct., „prompt” – 4 pct., „mediu” – 3 pct., „întârziat” – 2 pct., „foarte întârziat” – 1 pct.;
- ✚ Perioada de garanție: „foarte lungă” – 5 pct., „lungă” – 4 pct., „medie” – 3 pct., „scurtă” – 2 pct., „foarte scurtă” – 1 pct.;
- ✚ Temenul de plată: „foarte lung” – 5 pct., „lung” – 4 pct., „mediu” – 3 pct., „scurt” – 2 pct., „foarte scurt” – 1 pct.

EXEMPLU:

Punctaj acordat (1-5)

Criteriul (C)	IC (pct.)	F1	F2
Calitatea produsului	25	5	4
Nivelul prețului	30	2	4
Termenul de livrare	20	4	4
Perioada de garanție	10	4	3
Termen de plată	15	4	3
TOTAL:	100	3,65	3,75

C – criteriul; IC – importanța criteriului; F1, F2 – furnizorul 1, furnizorul 2

$$F1 = \frac{25 \times 5 + 30 \times 2 + 20 \times 4 + 10 \times 4 + 15 \times 4}{100} = 3,65$$

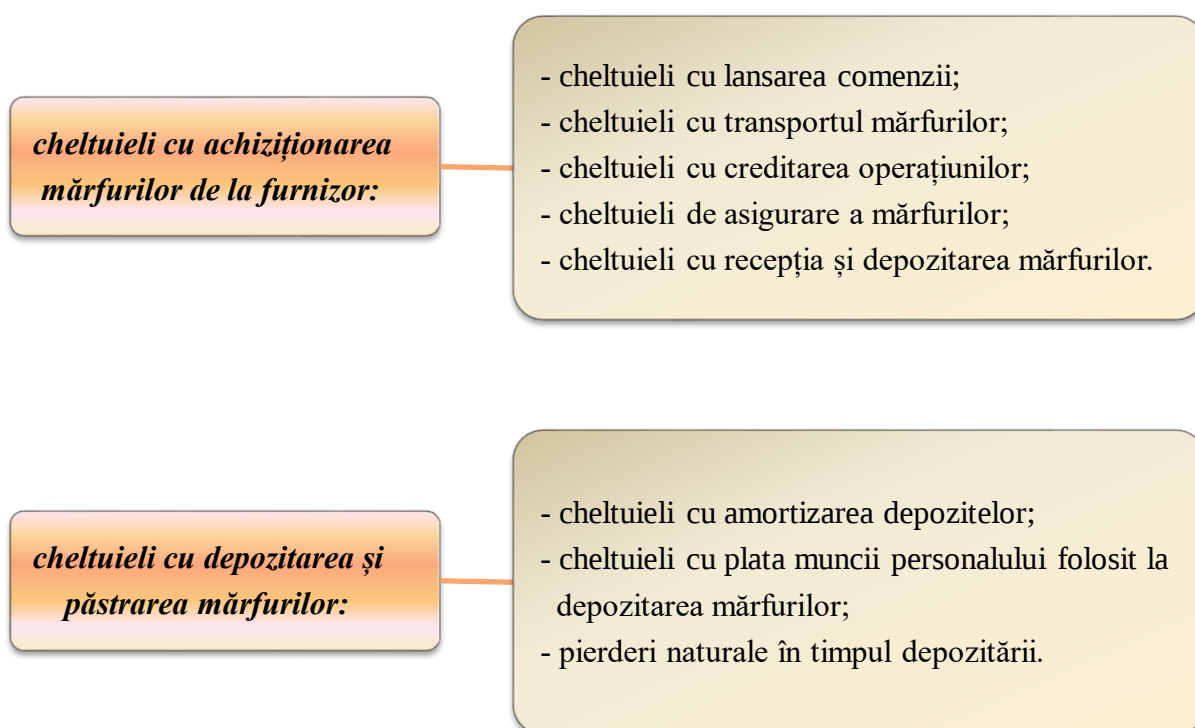
$$F2 = \frac{25 \times 4 + 30 \times 4 + 20 \times 4 + 10 \times 3 + 15 \times 3}{100} = 3,75$$

FISA DE DOCUMENTARE – Optimizarea lotului de aprovizionare

Cantitatea aprovizionată depinde în principal de capitalul bănesc. Acesta este cu atât mai mic cu cât numărul de rotații este mai mare.

Optimizarea aprovizionării vizează în principal optimizarea costurilor de aprovizionare, mai precis a costurilor legate de alegerea furnizorului, de cercetare a pieței și cele de aprovizionare propriu-zise.

Principalele categorii de cheltuieli legate de activitatea de aprovizionare sunt:



Prin intermediul activității de aprovizionare, întreprinderea comercială urmărește să genereze procesul de creștere a activității economice a acesteia.

FISA DE DOCUMENTARE – Recepția mărfurilor

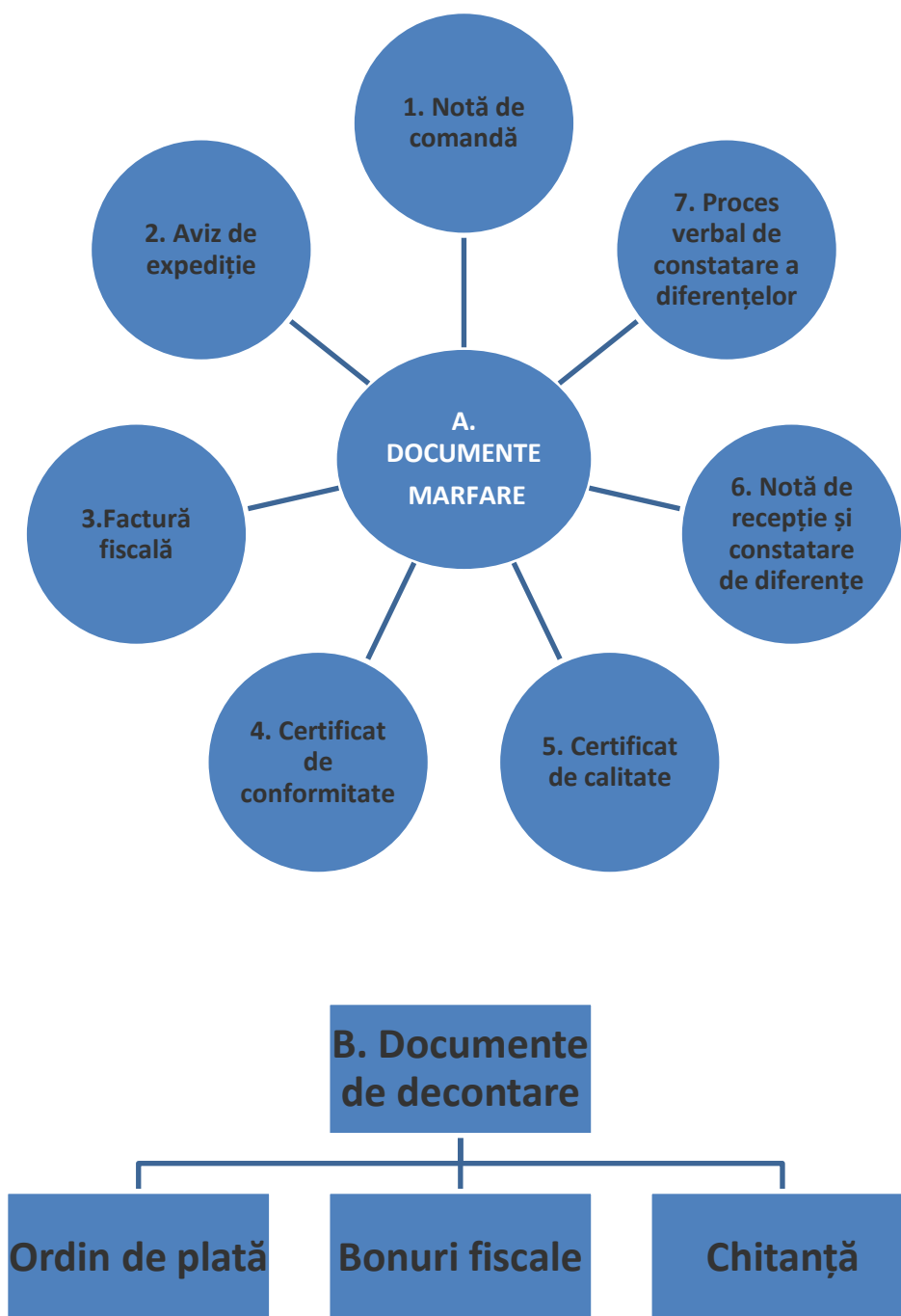
Recepția mărfurilor constă în totalitatea operațiilor privind identificarea și verificarea cantitativă și calitativă a mărfurilor în vederea constatării respectării clauzelor contractuale și a calității prescrise, operații ce se efectuează atât în prezența reprezentantului furnizorului cât și al beneficiarului.

Etapele procesului de recepție a mărfurilor constau în:

- **Preluarea de la furnizori;**
- **Verificarea documentelor însoțitoare:** contract, factură, aviz de expediție, documente de transport, documente de certificare a calității;
- **Identificarea lotului de mărfuri și verificarea cantitativă a acestuia:**
 - ✓ verificarea identității lotului de marfă;
 - ✓ verificarea ambalajelor, a etichetării, marcării;
 - ✓ verificarea datei de fabricație și stabilirea părții consumate din termenul de valabilitate;
 - ✓ verificarea cantitativă prin cântărire, numărare, măsurare.
- **Controlul calitativ:**
 - ✓ prin metode organoleptice (aspect, culoare, miros, gust, etc), prin sondaj sau integral;
 - ✓ prin metode de laborator, însă, deși este mai precis, acest tip de verificare este mai laborios și necesită personal calificat.
- **Întocmirea documentelor de intrare a mărfurilor și eventual a proceselor-verbale privind constatările de neconcordanță cu specificațiile din documente.**

FISA DE DOCUMENTARE – Documente specifice aprovizionării

În cazul aprovizionării cu mărfuri a magazinului se întocmesc două tipuri de documente:



DOCUMENTE MARFARE

NOTA DE COMANDĂ

NOTA DE COMANDA este un document de dispoziție, cu regim special de tipărire, înscriere și numerotare, ce servește ca document pentru contractarea serviciilor și confirmarea primirii. Acesta reflectă comanda care se dă de către un agent furnizorului pentru livrarea unor materiale.

SCSRL
SLATINA, STR.

NOTĂ DE COMANDĂ

Conform ofertei nr.... din
Cumpărătorul cumpără și furnizorul vinde următoarele produse:

NR. CRT.	DENUMIRE PRODUS	UM	CANTITATE	GRAFIC DE LIVRARE	PREȚ	VALOARE
1						
2						
3						

DIRECTOR ACHIZIȚII,

- 1. A T E N T I E !** MARFA VA FI EXPEDIATA LA ADRESA: AL. PRIMAR, STR. PITESTI 116 , SLATINA OLT
2. Termen de livrare: 1 ZI DE LA COMANDA FERMA
3. Conditii de livrare: DDP SLATINA
4. Plata se va face cu: OP LA 5 ZILE DE LA LIVRARE
5. Pentru nerespectarea termenului de livrare sau de plata partea in culpa datoreaza penalitati de intarziere de: 0.1% /zi din valoarea marfii nelivrate sau neachitate la termen.
6. Marfa va fi insotita de urmatoarele documente: Aviz de insotire marfa, Factura fiscala, Declaratie de conformitate privind protectia vietii, sanatatii, securitatea muncii si protectiei mediului sau marcaj CE, Certificat de garantie
7. Termenul de garantie este de: 12 LUNI
Deficientele constatate in termenul de garantie se vor remedia pe cheltuiala vanzatorului.
8. Receptia marfii se va face prin autoreceptie la sediul Cumparatorului.
9. Prezenta comanda este guvernata de legea romana. Eventualele litigii nesolutionate pe cale amiabila sunt de competenta instantelor de drept comun.
- 10.Modificarea prezentei comenzi nu este posibila decat prin acordul partilor exprimat in scris, prin incheierea unui act additional semnat de reprezentantii autorizati ai partilor.
- 11.In cazul in care confirmati in scris comanda sau treceti la executarea ei si nu transmiteti contract, prezentul document tine loc de contract.
- 12.Cumparatorul se obliga sa notifice furnizorul in legatura cu orice defecte ascunse identificate dupa inspectia la receptie a materialelor, in termen de 2 zile de la data identificarii acestor defecte.
- 13.Furnizorul trebuie sa permita accesul reprezentatilor S.C. ALRO-SA Slatina, clientilor si autoritatilor de reglementare in locatiile sale si la informatiile relevante privind derularea comenzilor de produse/servicii.

NOTĂ DE RECEPȚIE ȘI CONSTATARE DE DIFERENȚE

(Cod 14-3-1A și 14-3-1/a A)

Este un document, întocmit în două exemplare, la locul de depozitare sau în unitatea cu amănuntul, după caz, pe măsura efectuării recepției.

În situația în care la recepție se constată diferențe, Nota de recepție și constatare de diferențe se întocmește în trei exemplare de către comisia de recepție legal constituită.

În cazul în care bunurile materiale sosesc în tranșe, se întocmește câte un formular pentru fiecare tranșă, care se anexează apoi la factură sau la avizul de însoțire a mărfii.

Datele de pe verso formularului se completează numai atunci când se constată diferențe la recepție.

Unitatea						
NOTĂ DE RECEPȚIE ȘI CONSTATARE DE DIFERENȚE						
Număr				Nr. Contract	Aviz de însoțire	
	Ziua	Luna	Anul			
Subsemnații, membrii comisiei de recepție, am procedat la recepționarea valorilor materiale furnizate de _____ din _____ cu vagonul/auto nr. _____						
constatându-se următoarele:						
Nr. crt.	Denumirea bunurilor	U/M	Cantitatea conform documentului	Receptionat		
				Cantitate	Preț	Valoare
Comisia de recepție				Primit în gestiune		
Numele și prenumele			Semnătura	Data	Semnătura	

Dacă la recepția mărfurilor se constată diferențe acestea sunt specificate în nota de recepție și de asemenea se întocmește un **Proces-verbal de constatare diferențe**, astfel:

Proces verbal de recepție
nr. din

Comisia formată din: președinte _____ și membrii _____
numită conform OZU nr. _____ din _____, am executat recepția produsului _____, primit în baza contractului de furnizare nr. _____ al U.M. _____ de la furnizor _____.

Transportul a fost efectuat rutier / CF / naval cu camion / autocisterna / vagon CF / cisterna CF / bac / barjă / șlep / petrolier marin _____;

Etapă I. Verificarea documentelor de însoțire, a mijlocului de transport și a ambalajelor
1. Documente de însoțire

Nr. crt.	DOCUMENT	SERIE / NUMĂR / DATA EMITERII	OBSERVAȚII
1.	Acte de însoțire a mărfii		
2.	Factura		
3.	Documente de atestare a calității: Proces verbal de recepție calitativă Declarație de conformitate Raport de încercare		
4.	Alte documente care însoțesc transportul (scrisoare de trăsură / conoseament / proces verbal de predare primire / notă de greutate / notă de încercare etc.)		

Concluzii: produsul este / nu este însoțit de documentele de însoțire prevăzute în contractul de furnizare.

2. Starea tehnică și comercială a mijlocului de transport (pentru combustibili, carburanți, lubrifianți și produse asociate primite vrac)

Stare tehnică	deformat	Nedeformat	
	avarat	Intact	
Stare comercială	Prezintă scurgeri	Nu prezintă scurgeri	
	Cu pompă	Fără pompă	
	Cu contor	Fără contor	
	Certificat / tabel de calibrare		
	Sigiliu / loc de depunere		

Concluzii: mijlocul de transport permite / nu permite măsurarea și descărcarea produsului în depozit.

3. Starea tehnică și comercială a ambalajelor (pentru combustibili, carburanți, lubrifianți și produse asociate primite în ambalaje mici)

Tip ambalaje _____;

Stare tehnică	deformat	Nedeformat	
	avarat	Intact	
	Prezintă scurgeri	Nu prezintă scurgeri	

Stare comercială	Inscripționare conformă	Inscripționare neconformă	
	Sistem de închidere / sigilare intact	Sistem de închidere / sigilare violat	

Concluzii: ambalajele permit / nu permit identificarea, manipularea și păstrarea produsului în depozit.

Etapă II. Inspectia calitativă

Nr. crt.	CARACTERISTICA	REZULTAT	OBSERVAȚII
1.	Aspect		
2.	Culoare		
3.	Apă și impurități mecanice		

Concluzii: produsul este / nu este contaminat.

Etapă III: stabilirea cantității:

1. Metoda volumetrică

Nr. crt.	H	V	T	D	M

Mijloace de măsurare utilizate:

Nr. crt.	MIJLOACE DE MĂSURARE UTILIZATE	SERIE / NR. IDENTIFICARE
1.	Contor volumetric	
2.	Rigla de măsurare	
3.	Termometru	
4.	Densimetru	
5.	Măsură ealon	

2. Metoda gravimetrică

Nr. crt.	BRUTTO	TARA	NETTO	Serie citare

3. Diferențe față de cantitatea din documente de însoțire: _____

Concluzii: propunem descărcarea produsului, emiterea notei de recepție constatare diferențe și înregistrarea în evidența contabilă a cantității de _____.

Comisia:
președinte:

membri:

Am luat la cunoștință, am participat la măsurători și nu am / am obiecții privind datele înscrise în prezentul proces verbal.
Delegat furnizor

CERTIFICAT DE GARANȚIE ȘI CALITATE

Este un document ce însoțește marfa livrată și garantează din partea furnizorului/producătorului că produsul este conform cu standardele în vigoare și că dacă va fi folosit ca în instrucțiunile pe care le cuprinde este garantat perioada enunțată în certificat.

MODEL

CERTIFICAT DE CALITATE ȘI GARANȚIE

Beneficiar:

Tip produs:

1. dulap cu 2 uși (1900 x 800 x 400 mm) - 2 buc

Data: 03/ 09/2018

Prezentul certificat atestă calitatea produsului livrat și conformitatea acestuia cu standardele internaționale corespunzătoare clasei în care se încadrează.

Produsul beneficiază de garanție, suport tehnic și service gratuit pe o perioadă de 24 luni de la data instalării lui. În perioada de garanție cumpărătorul are dreptul în mod gratuit la repararea produsului și înlocuirea pieselor sau subansamblelor defecte din vina producătorului.

Prezentul produs are în componența PAL MELAMINAT care necesită o manipulare atentă pentru a se evita șocurile, umezeala, pătrunderea de lichid în interior sau expunerea la radiația solară sau surse de căldură. Temperatura ambiantă de funcționare trebuie să se încadreze între 5 - 25°C.

Pentru a beneficia de garanție, cumpărătorul are următoarele obligații:

-Să respecte condițiile enumerate mai sus și să folosească produsul conform instrucțiunilor de utilizare;

-Să păstreze produsul în bune condiții;

-La apariția unei situații anormale în funcționarea MOBILERULUI să anunțe reprezentantul firmei, după ce verifică dacă sunt îndeplinite condițiile de utilizare; este interzisă intervenția asupra produsului a persoanelor neautorizate de firma SC..... SRL.

-Să păstreze cu grijă prezentul certificat de garanție;

Nerespectarea obligațiilor de mai sus atrage pierderea garanției.

De la garanție sunt excluse:

- părțile de natură consumabilă

- defectele datorate manipularii necorespunzătoare.

*Am prezentat modul de utilizare
și condițiile de garanție,*

Am luat la cunoștință,

Ștampila

Operator _____
Șef compartiment _____

Ștampila

DOCUMENTE DE DECONTARE

CHITANȚA

(cod 14-4-1)

Formular cu regim special de tipărire, înscriere și numerotare.

Tipărit în carnete cu câte 100 de file.

1. Chitanța este un document financiar cu rol de:

- document justificativ pentru depunerea unei sume în numerar la casieria unității;
- document justificativ de înregistrare în registrul de casă (cu respectarea Regulamentului operațiunilor de casă) și în contabilitate.

2. Se întocmește în două exemplare, pentru fiecare sumă încasată, de către casierul unității și se semnează de acesta pentru primirea sumei.

3. Circulă la depunător (exemplarul 1, cu ștampila unității). Exemplarul 2 rămâne în carnet, fiind folosit ca document de verificare a operațiunilor efectuate în registrul de casă.

4. Se arhivează la compartimentul financiar-contabil, după utilizarea completă a carnetului (exemplarul 2).

Model

Unitatea
Cod unic:
Sediul:
Județul:

Seria CT VPF Nr. 7783349

CHITANȚA Nr. _____

Data : 20.....

Am primit de la

Adresa

Suma de adică.....

Reprezentând

Casier,

BON FISCAL

BONUL FISCAL este documentul emis de casa de marcat (aparatul de marcat electronic fiscal) ce atestă contravaloarea bunurilor vândute cu amănuntul sau a serviciilor prestate direct către populație.

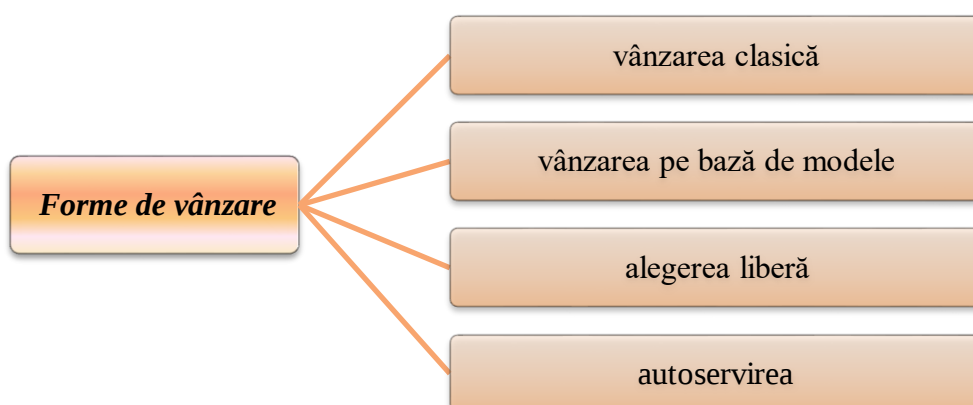
Acesta trebuie să cuprindă în mod obligatoriu următoarele mențiuni:

1. data, ora și minutul emiterii bonului fiscal;
2. numărul de ordine al acestuia, la nivelul zilei de lucru;
3. numele sau codul operatorului;
4. denumirea fiecărui bun livrat sau a serviciului prestat;
5. prețul sau tariful unitar;
6. cantitatea;
7. valoarea pe fiecare operațiune, inclusiv taxa pe valoarea adăugată, cu indicarea cotei acesteia;
8. valoarea totală a bonului, inclusiv taxa pe valoarea adăugată;
9. valoarea totală a taxei pe valoarea adăugată pe cote ale acesteia, cu indicarea nivelului de cotă;
10. valoarea totală a operațiunilor scutite de taxa pe valoarea adăugată, dacă este cazul.



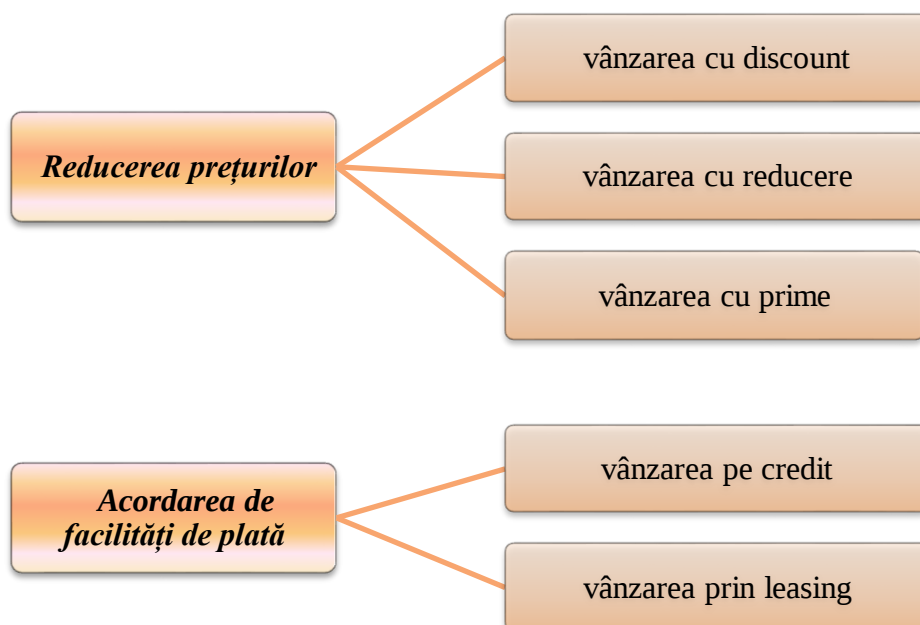
FISA DE DOCUMENTARE – Forme de vânzare a mărfurilor în magazine

Forma de vânzare reprezintă un ansamblu de activități destinate comercializării mărfurilor de către unități specializate în activitatea comercială.

**Caracteristicile formelor de vânzare:**

<i>Vânzarea clasică (tradițională)</i>	<i>Vânzarea pe bază de modele</i>
- comercializarea oricărui tip de produs; - vânzătorul pune în valoare caracteristicile produsului; - transformă dorința de cumpărare în act de cumpărare; - vânzătorul are un rol important în fidelizarea clienților.	- vânzare vizuală; - clientul identifică mărfurile pe baza numerelor modelelor din sala de vânzare; - studierea liberă a ofertei de mărfuri expuse; - se utilizează în comercializarea mărfurilor nealimentare.
<i>Alegerea liberă</i>	<i>Autoservirea</i>
- vânzare vizuală; - se utilizează în marile magazine; - expunerea deschisă a mărfurilor; - alegerea liberă a mărfurilor; - activitatea vânzătorului se rezumă la supravegherea sălii de vânzare și ambalarea mărfurilor; - asemănătoare cu vânzarea pe bază de modele.	- cea mai utilizată formă de vânzare a mărfurilor de cerere curentă; - acces liber la marfă; - alegerea mărfurilor de către client; - etalare atrăgătoare a mărfurilor; - ambalajul informează consumatorul și promovează produsul.

TEHNICI DE VÂNZARE UTILIZATE PENTRU ATRAGEREA ȘI FIDELIZAREA CLIENȚILOR:



Vânzarea cu discount constă în reduceri, sub formă de remize, acordate de furnizori în funcție de mărimea comenzilor și condițiilor de plată.

Vânzarea cu reducere se realizează sub formă de: *rabat* (pentru a crește vânzările și se aplică la produsele vechi, demodate sau în cazul lichidărilor de stoc) și *remiză* (pentru a recompensa și încuraja fidelitatea clienților și atragerea anumitor segmente de clienți).

Vânzările cu prime reprezintă recompensele pe care vânzătorul le oferă clienților. Acestea pot fi permanente sau ocazionale (exemplu: oferte la preț redus, eșantioane gratuite, premii, tombole și concursuri, cadouri de fidelitate, etc.).

FISA DE DOCUMENTARE – Etapele vânzării mărfurilor

ETAPELE PROCESULUI DE VÂNZARE:

1. Primirea și abordarea clientului;
2. Descoperirea și identificarea nevoilor și motivelor de cumpărare ale clienților;
3. Prezentarea verbală a produsului;
4. Argumentarea și demonstrarea;
5. Depășirea obiecțiilor clienților;
6. Încheierea actului de vânzare-cumpărare;
7. Oferirea de stimulente sau servicii post-vânzare;
8. Sugerarea unor mărfuri complementare;
9. Încasarea contravalorii mărfii;
10. Despărțirea de client;
11. Rezolvarea nemulțumirilor clienților (când este cazul).

NEVOILE ȘI MOTIVELE DE CUMPĂRARE:

Înainte de a decide să cumpere, clientul este ghidat de propriile nevoi și dorințe. În funcție de acestea se crează și motivele de cumpărare.

Motivul reprezintă o nevoie urgentă care determină o persoană să cumpere.

Motivele de cumpărare sunt grupate astfel:

- S – securitate (garanția funcționării, fiabilitate, etc);
- O – orgoliu poziție socială);
- N – noutate (invenție, produs nou);
- C – confort (bunăstarea utilizatorului);
- A – avere (reduceri de preț, solduri, etc);
- S – simpatie (afinități, preferințe).

**FISA DE DOCUMENTARE – Prezentarea, argumentarea și
obiecțiile clienților**

Prezentarea verbală a produselor are la bază următoarele principii:

- *principiul individualității* – evidențierea calităților și performanțelor produsului;
- *principiul esteticului* – evidențierea caracteristicilor estetice ale produsului în corelația produs-client;
- *principiul simbolismului* – punerea în valoare a imaginii produsului prin caracteristicile de calitate, de utilizare, combinare, preparare;
- *principiul realismului și adaptării* – prezentarea corectă, fără exagerări, a produsului și adaptarea dialogului în funcție de gesturile și discursul clientului.

Argumentarea și demonstrarea se materializează prin dovezile care îl conving pe client să cumpere (avantajele și beneficiile produsului, calitatea, etc).

Obiecțiile sunt declarațiile clientului referitoare la motivele (lipsa banilor, lipsa timpului, folosirea altor produse, concurența) care ar putea împiedica vânzarea.

În practică, pentru rezolvarea obiecțiilor, se folosește tehnica **ADOR**:

A – acceptă intenția pozitivă;

D – discută și clasifică obiecția;

O – (află) obiecțiile ascunse;

R - răspunde obiecției în mod profesionist.

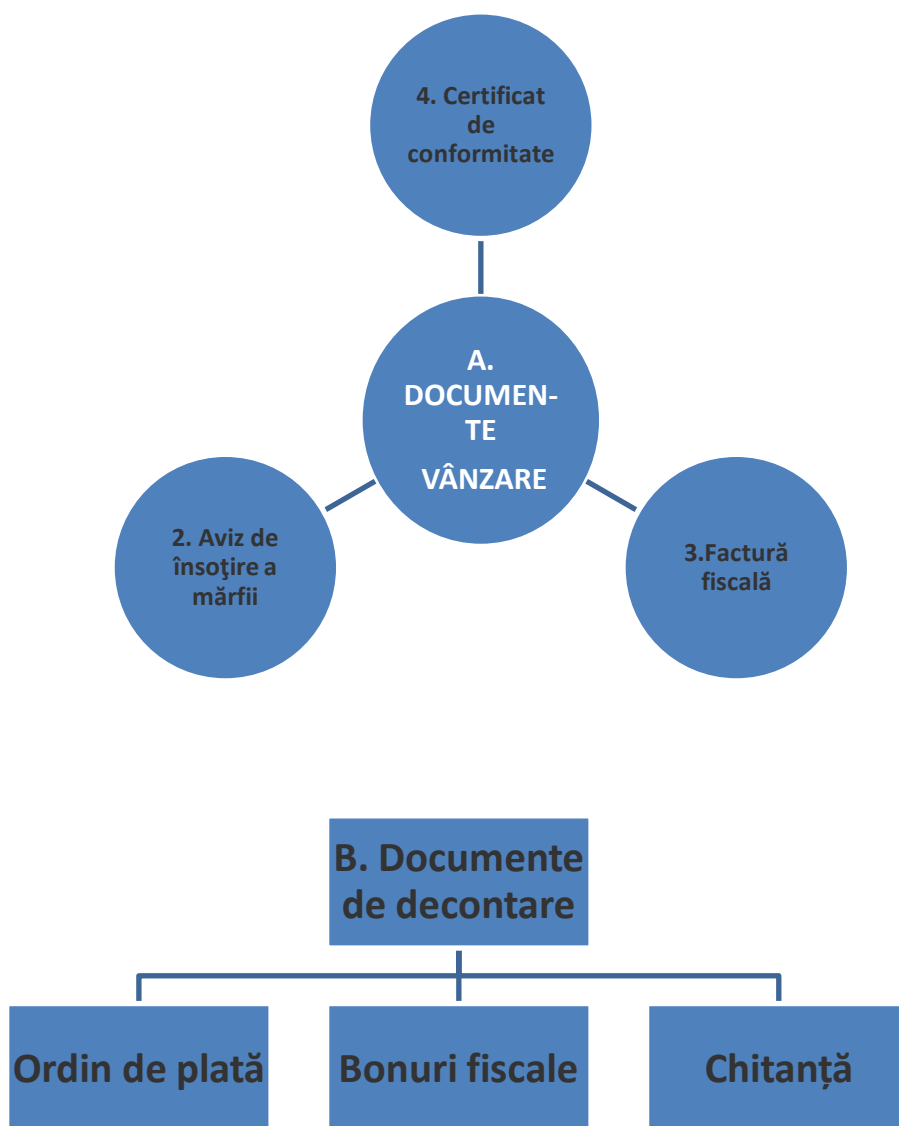
FISA DE DOCUMENTARE – Operații tehnice de vânzare

Operațiile tehnice de vânzare presupun următoarele activități:

- + cântărirea, numărarea, măsurarea produselor solicitate de client;
- + asamblarea și demonstrarea funcționării mărfurilor tehnice;
- + utilizarea în mod corect a utilajelor și echipamentelor comerciale (aparate de măsură, standuri de încercări, mașini de călcat și brodat, metru, cutter, foarfecă, aparate de feliat, cântărit, ambalat și etichetat, râșniță de cafea, sterilizator de cuțite, etc) în funcție de sortimentul de mărfuri comercializat;
- + utilizarea corectă a dispozitivelor electronice pentru înregistrarea și calcularea vânzărilor (casa de marcat și aparatul care acceptă plata cu cardul – POS);
- + întocmirea și eliberarea documentelor specifice vânzării mărfurilor (bon fiscal, factură).

FISA DE DOCUMENTARE – Documente specifice vânzării

În cazul vânzării de mărfuri, se întocmesc două tipuri de documente:



Deoarece o parte dintre ele au fost deja prezentate din punct de vedere al cumpărătorului, vom prezenta în continuare avizul de însoțire a mărfii și ordinul de plată.

[illegible]

ORDINUL DE PLATĂ

Ordinul de plată este o dispoziție necondiționată, dată de către un titular de [cont](#), băncii sale, de a pune la dispoziția unui beneficiar o anumită sumă de bani. Emiterea ordinului de plată (plătitorul) presupune existența unor disponibilități în cont cel puțin egale cu valoarea sumelor transferate.

Ordinele de plată se emit pe suport *hârtie* sau *electronic* având structuri diferite, respectiv cele pe suport hartie au un format standard tipărit (formular), în timp ce modelele electronice se prezintă sub forma unor mesaje codificate. Ordinul de plată este revocabil (plata poate fi oprită) de către emitent până în momentul acceptării lui de către banca destinatară. Această caracteristică reprezintă o facilitate pentru emitent dar ridică suspiciuni pentru beneficiar cu privire la capacitatea de plată a emitentului.

Participanții la circuitul ordinului de plată sunt^[1]:

- **Emitentul** - agentul economic nonbancar care emite ordinul de plată pe cont propriu, în baza unui cont deschis la o bancă
- **Beneficiarul** - instituția/persoana desemnată prin ordinul de plată de către plătitor (emitent), să primească o sumă de bani
- **Banca inițitoare** - banca căreia i se adresează ordinul de plată al emitentului și la care emitentul are deschis contul bancar.
- **Banca destinatară** - banca care recepționează și acceptă ordinul de plată, în nume propriu sau pentru un client al său, în calitate de beneficiar.

CEC Bank		ORDIN DE PLATĂ Nr. 2 Plătit		12.345,67 LEI, în cifre
douasprezeciimiiutepatruzecisincileisaisazecisaptebani				LEI, în litere
PLĂTITOR / EMITENT: S.C. EXEMPLU S.R.L.		Primit / Acceptat de la data de:		
Adresa: str. Zefirului 1, Bistrita		CEC Bank S.A. 		
Cod de identificare fiscală: RO13709313		L.S.		
Din IBAN: RO12BRDE060SV11480000600		Semnătura 		
Cod BIC: BRDE RO BU		Tipul transferului: ☐ Normal ☐ Urgent		
Deschis la CEC Bank S.A., Sucursala: Ag. P-ta Morii		Data emiterii: 24102008		
BENEFICIAR: S.C. EXEMS.R.L.		L.S.		
Cod de identificare fiscală: RO93325980		Semnătura și Ștampila plătitorului 		
În IBAN: RO08RNCB0038099892900001		Cod BIC: RNCB RO BU		
Deschis la: Banca X S.A.		Reprezentând: plata factura		
Vejă plăti prin: 		Data debitării: 		
Număr de evidență a plății: 		Număr pentru plăți către Trezoreria Statului: 		

1. Bogdan Căpraru, *Activitatea bancară - Sisteme, operațiuni și practici*, Ed. C.H. Beck, București, 2010, p.126

ACTIVITĂȚI PENTRU ELEVÎ

FISA DE LUCRU NR. 1

1. Prezentați avantajele și dezavantajele aprovizionării cu mărfuri direct de la producător sau prin intermediari completând tabelul de mai jos:

<i>direct de la producător</i>		<i>prin intermediari</i>	
<i>Avantaje</i>	<i>Dezavantaje</i>	<i>Avantaje</i>	<i>Dezavantaje</i>

2. Precizați etapele recepției mărfurilor pentru un lot de produse format din: cafea boabe vrac – 30 kg, ceai plicuri – 50 cutii, zahar – 20 kg.
3. Identificați principalele forme de aprovizionare cu mărfuri.

FISA DE LUCRU NR. 2

1. Enumerați activitățile necesare în vederea aprovizionării.
2. Prezentați avantajele și dezavantajele aprovizionării cu mărfuri de la un singur furnizor sau de la doi sau mai mulți furnizori completând tabelul de mai jos:

<i>de la un singur furnizor</i>		<i>de la doi sau mai mulți furnizori</i>	
<i>Avantaje</i>	<i>Dezavantaje</i>	<i>Avantaje</i>	<i>Dezavantaje</i>

3. Pentru firma voastră de exercițiu, identificați 2 furnizori potențiali și efectuați o analiză a acestora utilizând criteriile de selecție învățate.

FISA DE LUCRU NR. 3

1. Ținând cont de datele prezentate în tabelul de mai jos comparați ofertele celor 2 furnizori și precizați care este cea mai avantajoasă.

Criteriul	Furnizorul A	Furnizorul B
<i>Nivelul prețului</i>	Preț mai mic	
<i>Experiența</i>	Experiență 2 ani	Experiență 5 ani
<i>Vechime parteneriat</i>	Partener tradițional. Relații comerciale de puțin timp	Partener tradițional
<i>Distanța</i>	Mare	Mică
<i>Calitatea produselor</i>	Bună	Foarte bună
<i>Termene de livrare</i>	15 zile	10 zile
<i>Cantitatea livrată</i>	Cantități mici	Cantități mici
<i>Termene de plată</i>	30 zile	60 zile
<i>Perioada de garanție</i>	1 an (lungă)	6 luni (medie)

2. Prezentați etapele recepției mărfurilor.

3. Completați următorul aritmogrif:

1			R						
2			E						
3			C						
4			E						
5			P						

6									
				T					
7				I					
	8			A					

ORIZONTAL:

1. Întreprindere de la care se face aprovizionarea cu mărfuri.
2. Sursă de aprovizionare, alta decât producătorul.
3. Criteriu de selecție a furnizorilor.
4. Alt criteriu de selecție a furnizorilor.
5. Alegerea celei mai bune oferte.
6. Se încheie între furnizor și client.
7. Formă de verificare a mărfurilor.
8. Document de aprovizionare cu mărfuri.

FISA DE LUCRU NR. 4

1. Identificați nevoile și motivele de cumpărare pentru următoarele mărfuri, completând următorul tabel:

<i>Marfa</i>	<i>Nevoia identificată</i>	<i>Motivul de cumpărare</i>
telefon mobil		
ciocolată dietetică		
făină		

2. Identificați motivele de cumpărare pentru un autoturism de teren.
3. Etapa de cunoaștere a nevoii cumpărătorului are ca scop atât identificarea trebuințelor acestuia cât și orientarea nevoii acestuia spre gama de mărfuri existente în magazin.

Identificați comportamentul vânzătorului în următoarele situații:

<i>Comportamentul cumpărătorului</i>	<i>Comportamentul vânzătorului</i>
-aș dori o pereche de pantofi de culoare roșie, mărimea 37	
-vreau să cumpăr un cadou pentru un copil în vârstă de 3 ani	
-aș dori o pereche de pantofi sport Nike (produsul lipsește din magazin)	

-clientul analizează cu mare atenție raionul în care sunt comercializate sucuri naturale	
-clientul intră în magazin și privește oferta de mărfuri fără a fi interesat de ceva anume	

FISA DE LUCRU NR. 5

1. Realizați argumentarea vânzării pentru următoarele produse alimentare, completând următorul tabel:

<i>Produsul</i>	<i>Argumentarea vânzării</i>
cafea Jacobs	
ciocolată Milka	
salam de Sibiu	
mazăre congelată Bonduelle	
ulei de măsline Costa d'oro	

2. Realizați argumentarea vânzării pentru următoarele produse nealimentare, completând următorul tabel:

<i>Produsul</i>	<i>Argumentarea vânzării</i>
șampon L'oreal	
Televizor Samsung	

Pantofi de dama Guban	
Laptop Apple	
Detergent Ariel	

3. Realizați informarea consumatorului pentru un produs alimentar pe care un client dorește să îl cumpere completând următorul tabel:

<i>Informarea consumatorului</i>	<i>Constatările/ observațiile elevului</i>
caracteristicile merceologice (culoare, miros, gust, etc)	
marcă	
ambalaj	
compoziție chimică (ingrediente)	
preț	
valoarea nutritivă	
caracter de noutate	
instrucțiuni de utilizare (preparare)	
produs natural	

FISA DE LUCRU NR. 6

1. Descrieți etapa de prezentare și oferire a produsului respectând principiile de prezentare verbală pentru următoarele produse:
 - aparat de aer condiționat;
 - haină de blană naturală;
 - bijuterie din aur;
 - fustă pentru copii.
2. Nu-urile clientului sunt, de fapt, obiecții de vânzare. Completați tabelul de mai jos cu răspunsurile vânzătorului la obiecțiile clientului.

<i>Obiecțiile clientului</i>	<i>Răspunsurile vânzătorului</i>
-prețul este prea mare	
-nu am timp acum	
-nu am bani suficienți pentru a achiziționa produsul	
-vreau să mă mai gândesc	

--	--

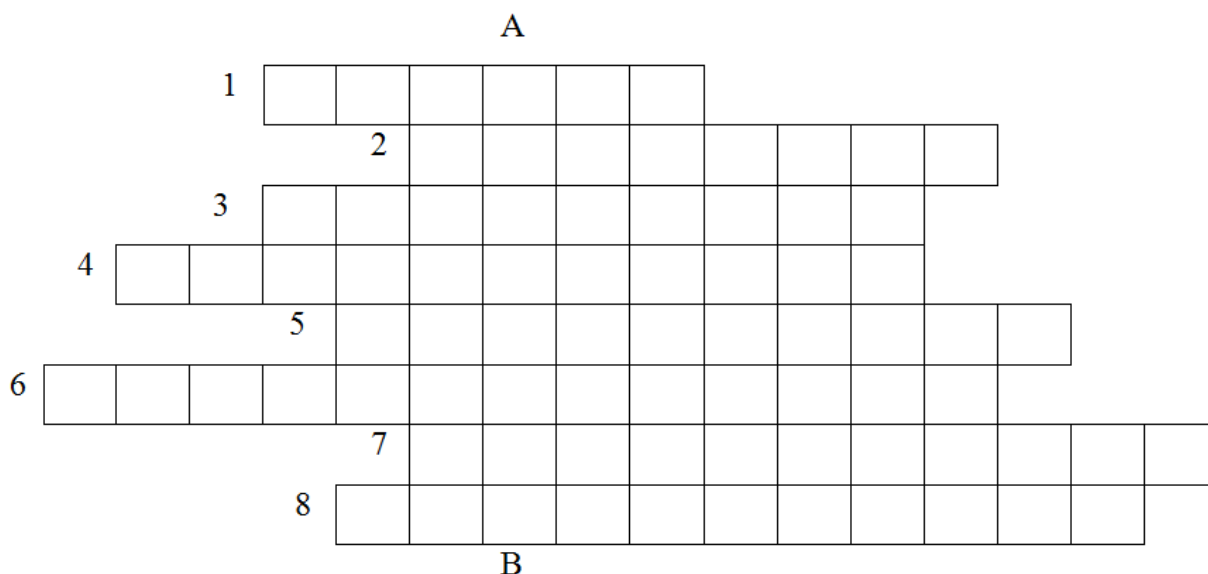
3. Comentați afirmația: „Frumusețea unei vânzări începe cu o obiecție”.

FISA DE LUCRU NR. 7

1. Sugerați cumpărarea unor produse complementare pentru următoarele produse principale:
 - cămașă bărbătească;
 - cafea;
 - vin;
 - pantofi de damă;
 - telefon mobil;
 - unt;
 - mașină;
 - stilou.
2. Prezentați modalitățile de fidelizare a clienților unui magazin.
3. Există situații în care clientul este nemulțumit de caracteristicile tehnice, funcționale sau de comportarea în utilizare a unui produs achiziționat.
Care este comportamentul consumatorului în acest caz? Exemplificați pe un caz concret.

FISA DE LUCRU NR. 8

1. Scrieți și interpretați un scenariu care să illustreze etapele procesului de vânzare-cumpărare pentru un produs care are un preț redus față de produsele similare.
2. Rezolvând următorul rebus veți obține pe coloana AB, declarațiile clientului referitoare la motivele care pot împiedica vânzarea unui produs iar pe orizontală etapele procesului de vânzare-cumpărare.



1. la baza motivației de cumpărare stă o necesitate;
2. etapă de primire a clienților;
3. mobilurile consumatorilor care stau la baza comportamentului de cumpărare;
4. etapă de convingere a clientului;

5. nemulțumirile clienților după achiziționarea unui produs;
6. susținerea materială a argumentației;
7. etapă de încheiere a actului de vânzare-cumpărare;
8. modalitate de păstrare a clienților.

3. Care este semnificația acronimului ADOR?

FISA DE LUCRU NR. 9

1. Realizați un dialog comercial între client și vânzător în situația în care produsul solicitat de client lipsește.
2. Prezentați etapa de încheiere a vânzării.
3. Un client cumpără următoarele produse:
 - 1 kg pulpă de porc (15 lei/kg);
 - 200 gr mușchi file (21 lei/kg);
 - 500 gr brânză (18 lei/kg);
 - 100 gr cafea măcinată (35 lei/kg).

Calculați contravaloarea produselor achiziționate. Întocmiți bonul fiscal.

FISA DE LUCRU NR. 10

1. Caracterizați formele de vânzare utilizate în magazine, completând următorul tabel:

<i>Vânzarea clasică (tradițională)</i>	<i>Vânzarea pe bază de modele</i>
<i>Libera alegere</i>	<i>Autoservirea</i>

2. Identificați și caracterizați forma de vânzare cea mai des practică în magazinele din localitatea voastră de domiciliu.
3. Prezentați tehnicile de vânzare utilizate pentru atragerea și păstrarea clienților.

FISA DE LUCRU NR. 11

1. Identificați formele de vânzare practicate la următoarele unități comerciale, completând următorul tabel:

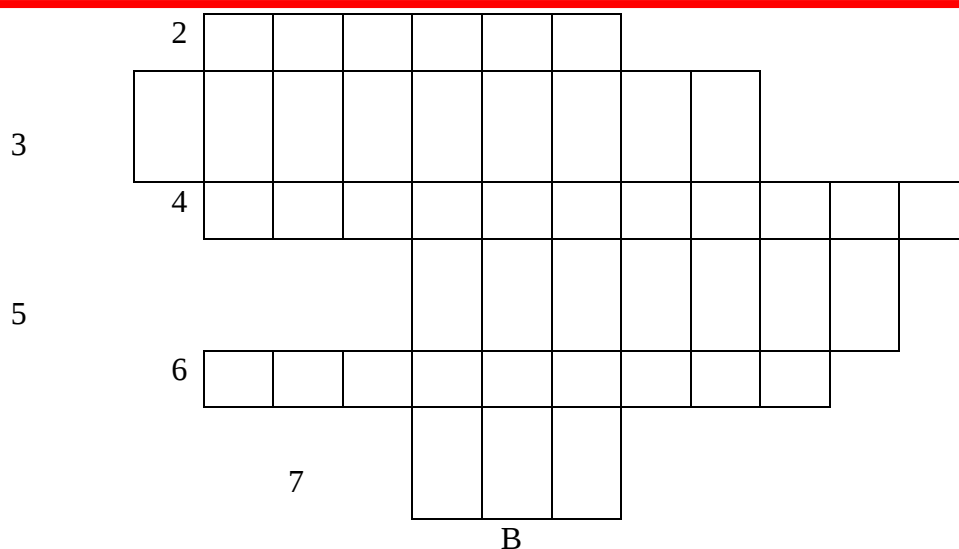
<i>Unitatea comercială</i>	<i>Forma de vânzare</i>
Kaufland	
Dedeman	
Lidl	
Penny Market	
VMG	
Nick Shoes	
Poema	

2. Un client cumpără de la un magazin alimentar următoarele produse: 200 g mușchi file, 1 kg pulpă de porc, 2 kg cartofi, 500 g morcovi, 1 kg mere, 150 g cafea, 500 g biscuiți, 500 g brânză, 2 kg făină, 2 plicuri praf de copt, 4 plicuri zahăr vanilat.
- a) Identificați echipamentele și operațiile tehnice de vânzare;
- b) În condițiile în care plata contravalorii mărfii se face prin card, prezentați aparatul POS.
3. Rezolvând următorul rebus veți obține pe coloana AB, forma de vânzare tradițională, iar pe orizontală formele de vânzare.

A

1

--	--	--	--	--	--	--	--



1. forma de vânzare prin care vânzătorul și cumpărătorul se întâlnesc;
2. identificarea mărfurilor pe bază de numere sau simboluri atribuite modelelor expuse în sala de vânzare;
3. forme de vânzare care îmbină circulația clienților în spațiul de vânzare cu prezentarea mărfurilor de către vânzătorul care supraveghează, încasează contravaloarea mărfii și o ambalează;
4. forma de vânzare care presupune absența vânzătorului și alegerea liberă a clienților;
5. tehnică de vânzare care presupune că contactul ce se stabilește între client și produs se face fără intervenția vânzătorului;
6. una din tehnicile de vânzare destinate să atragă clientela este ... prețurilor;
7. vânzarea care permite consumatorilor să-și procure bunurile de care are nevoie chiar dacă nu dispune, în momentul cumpărării, de fondurile necesare.

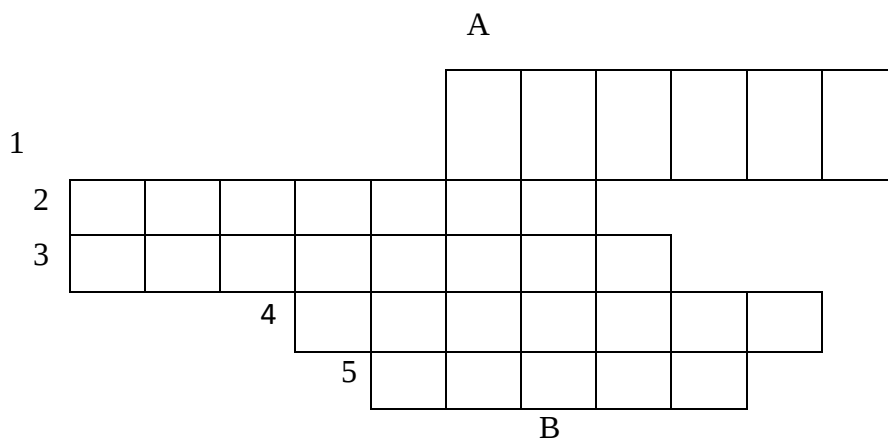
FISA DE LUCRU NR. 12

1. O clientă cumpără de la un magazin de țesături următoarele produse:

- 2,5 m mătase pentru confecționarea unei rochii;
- 5 m țesătură pentru confecționarea unei perdele;
- 1,5 m dantelă pentru o bluză.

Identificați echipamentele și operațiile tehnice de vânzare.

2. Rezolvând următorul rebus veți obține pe coloana AB, instrumentul cu ajutorul căruia se măsoară țesăturile.



1. Dispozitivul electronic pentru calcularea și înregistrarea tranzacțiilor de vânzare se numește casă de ...
2. Cititor de cod de bare
3. Aparat de porționat (tăiat) mezeluri
4. Utilajul pentru păstrarea la rece a alimentelor se numește ... frigorifică
5. Aparatul pentru retușarea confecțiilor și țesăturilor se numește mașină de ...

STUDIU DE CAZ

Ești vânzător într-un magazin alimentar și primești mărfuri de la furnizor conform facturii de mai jos:

STUDIU DE CAZ

C.U.I.:	RO 5969857	și numărul:	115	CUI	RO 8787520	
Nr. Reg. Com	J28/758/2010	Factura fiscala		Nr.Reg.Com.:	J28/898/2011	
Sediu:	Slatina, str. Primaverii, nr. 7,			Sediu:	Slatina, str. Toamnei, nr. 20	
Județ:	Olt			Județ:	Olt	
Contul:				Contul:		
Banca:	Transilvania			Nr.Facturii:	115	
Cap. Social	200 RON	Data(zz.ll.aaaa)	15.08.2018	Cap. Social	200 RON	
Tel./Fax		Nr. aviz însoțire a mărfii:				
Email		(dacă este cazul)				
		COTA TVA :		9%		

Nr.crt.	Denumirea produselor sau a serviciilor (lucrărilor)	U.M.	Cantitatea	Prețul unitar (fără TVA) - lei -	Valoarea - lei -	Valoarea TVA - lei -
0	1	2	3	4	5 (3x4)	6
1	Pantofi dama	buc	25.00	100	2500	475
2	Pantofi barbat	buc	30.00	110	3300	627
3	Pantofi sport	buc	15.00	90	1350	256,50
4	Pantofi copii	buc	25.00	70	1750	332,50
Semnătura și ștampila furnizorului		Date privind expediția Ionescu Ion C.I. Seria OT Număr:656570 Eliberată de:SPCLEP Slatina Expedierea s-a făcut în prezența noastră 15.08.2018, ora 12.30 Semnături:		, din care: accize	8900	1691
				Semnătura de primire	Total de plată (col.5 + col.6) 10.591 lei	

- Efectuează recepția mărfurilor primite;
- La recepție se constată lipsa a 2 (două) perechi de pantofi de copii, ia măsurile ce se impun;
- Întocmește nota de recepție a acestora.

TEMA 1

Documentați-vă și scrieți un eseu în care să abordați următoarele aspecte:

- definiția aprovizionării;

- b) activitățile necesare aprovizionării cu mărfuri a magazinului;
- c) criteriile de selecție ale furnizorilor;
- d) importanța selecției optime a furnizorilor.

Dați eseului un titlu potrivit și precizați sursele de informare.

TEMA 2

Realizați un scurt eseu având ca titlu „Oamenilor le place să atingă ceea ce cumpără și cumpără ceea ce ating. Cerințe:

- a) definirea formelor de vânzare vizuale (fără vânzător) utilizate în magazine;
- b) caracterizarea formelor vizuale practicate în magazine.

Precizați sursele de informare.

PROIECT

Unitatea de învățare: Aprovizionarea cu mărfuri a unității comerciale.

Tema: Realizați un proiect cu tema „Aprovizionarea cu mărfuri a magazinului „X” ” având următorul conținut:

- a. Identificarea furnizorilor;
- b. Selecția furnizorilor;

c. Recepția mărfurilor.

Evaluarea va fi realizată pe baza următoarei grile:

Grila de evaluare a proiectului

Grupa:

Nr. crt.	Descriptor		Punctaj acordat	Punctaj obținut
1.	<i>Conținut</i>	Conținutul proiectului aduce informații semnificative și utile pentru tema aleasă	10 pct.	
		Informațiile culese sunt bine organizate și interpretate	10 pct.	
		Informațiile din întregul proiect sunt corecte și actuale	10 pct.	
		Sunt întocmite corect documentele	10 pct.	
		Proiectul este complet (cuprinde toate piesele cerute de profesor la începutul unității de învățare)	10 pct.	
2.	<i>Design</i>	Informațiile sunt ușor de citit iar spațiul este folosit într-un mod corespunzător și efectiv	5 pct.	
		Înlănțuirea informațiilor și secțiunilor prezentării sunt clare și logice	5 pct.	
3.	<i>Prezentare orală</i>	Prezentarea este interesantă și reușește să capteze atenția audienței	5 pct.	
		Tranziția dintre idei se face în mod gradual, logic; prezentarea s-a încadrat în timpul alocat	5 pct.	
4.	<i>Creativitate</i>	Atât proiectul cât și prezentarea conțin componente și caracteristici cu elemente de originalitate	10 pct.	
5.	<i>Colaborare în cadrul echipei</i>	Toți membrii echipei s-au sprijinit reciproc și au participat la realizarea pieselor proiectului	5 pct.	
		Sarcinile în cadrul echipei au fost distribuite în mod echitabil	5 pct.	

PROIECT

Unitatea de învățare: Vânzarea mărfurilor.

Tema: Realizați un proiect cu tema „Tehnici de vânzare pentru atragerea și fidelizarea clienților în magazinul „X””, având următorul conținut:

- Caracterizarea tehnicilor de vânzare pentru atragerea și fidelizarea clienților;
- Identificarea tehnicilor de vânzare pentru fidelizarea și atragerea clienților în magazinul „X”

- c. Alegerea și prezentarea celei mai eficiente tehnici de atragere și fidelizare a clienților în magazinul ales (Argumentați alegerea);
- d. Propunerea altor tehnici de fidelizare a clienților decât cele identificate în magazin.
- Evaluarea va fi realizată pe baza următoarerilor grile:

Grila de evaluare a proiectului

Grupa:

Nr. crt.	Descriptor		Punctaj acordat	Punctaj obținut
1.	<i>Conținut</i>	Conținutul proiectului aduce informații semnificative și utile pentru tema aleasă	10 pct.	
		Informațiile culese sunt bine organizate și interpretate	10 pct.	
		Informațiile din întregul proiect sunt corecte și actuale	10 pct.	
		Sunt întocmite corect documentele	10 pct.	
		Proiectul este complet (cuprinde toate piesele cerute de profesor la începutul unității de învățare)	10 pct.	
2.	<i>Design</i>	Informațiile sunt ușor de citit iar spațiul este folosit într-un mod corespunzător și efectiv	5 pct.	
		Înlănțuirea informațiilor și secțiunilor prezentării sunt clare și logice	5 pct.	
3.	<i>Prezentare orală</i>	Prezentarea este interesantă și reușește să capteze atenția audienței	5 pct.	
		Tranziția dintre idei se face în mod gradual, logic; prezentarea s-a încadrat în timpul alocat	5 pct.	
4.	<i>Creativitate</i>	Atât proiectul cât și prezentarea conțin componente și caracteristici cu elemente de originalitate	10 pct.	
5.	<i>Colaborare în cadrul echipei</i>	Toți membrii echipei s-au sprijinit reciproc și au participat la realizarea pieselor proiectului	5 pct.	
		Sarcinile în cadrul echipei au fost distribuite în mod echitabil	5 pct.	

SUGESTII METODOLOGICE

Modulul „*Procesul aprovizionării și vânzării mărfurilor*” urmărește ca prin rezultatele învățării să se contribuie la formarea profesională a elevilor, oferind posibilitatea ca după parcurgerea acestuia să identifice procesele de aprovizionare și vânzare a mărfurilor, să utilizeze vocabularul economic adecvat, să identifice și să rezolve problemele specifice locului de muncă.

Rezultatele învățării vor demonstra formarea abilităților legate de: aprovizionarea, recepția și vânzarea mărfurilor, precum și completarea documentelor specifice.

Se recomandă utilizarea metodelor activ-participative, centrate pe elev, care dezvoltă gândirea încurajează participarea elevilor, dezvoltă creativitatea și realizează o comunicare multidirecțională, prin care să fie luate în considerare stilurile individuale de învățare ale fiecărui elev, inclusiv adaptarea la elevii cu CES.

Vor fi promovate situațiile din viața reală și se va urmări aplicarea cunoștințelor la probleme reale, pentru a se ține cont în măsură mai mare de nevoile elevilor.

Evaluarea reprezintă partea finală a demersului de proiectare didactică, prin care profesorul va măsura eficiența întregului proces instructiv educativ. Evaluarea urmărește măsura în care elevii și-au însușit rezultatele învățării propuse în standardele de pregătire profesională.

Criteriile specifice de evaluare trebuie stabilite de profesor și prezentate elevului, implicându-l în evaluarea propriei activități, mărind astfel gradul de transparență a acordării notelor.

Instrumentele de evaluare pot fi diverse:

- fișe de observație;
- fișe de lucru;
- proiectul;
- studiul de caz;
- portofoliul.

Se recomandă, ca pe măsura parcurgerii modulului, să se utilizeze atât evaluarea de tip formativ, cât și evaluarea de tip sumativ, pentru verificarea atingerii rezultatelor învățării, în conformitate cu criteriile și indicatorii de realizare prevăzuți în Standardul de pregătire profesională.

BIBLIOGRAFIE

1. Bozgan V. (coordonator), *Comerț și servicii*, Editura Economică, București, 2002

2. Căpraru B., Activitatea bancară – Sisteme, operațiuni și practici
3. Costea C.E., *Comerțul en-gros și cu amănuntul - tendință, mutații, strategii*, Editura Uranus, București, 2001
4. Ionașcu V., Popescu M., *Economia comerțului - sinteze, studii de caz, aplicații practice, legislație*, Editura Universitară, 2003
5. Patriche D. (coordonator), *Bazele comerțului*, Editura Economică, București, 1999
6. Patriche D. (coordonator), *Economie Comercială*, Editura Economică, București, 1998
7. Popescu M. (coordonator), *Psihologie și etică profesională în comerț*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1993
8. Ristea A.L., Tudose C., *Meseria de comerciant*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1995
9. www.manager.ro
10. www.scribd.ro