Avizat director:

Laurenţiu Mirela

Liceul Tehnologic Corbu **Catedra: Tehnologii**

EXPERIENȚĂ EUROPEANĂ – NOI ORIZONTURI PROFESIONALE

JURNAL DE PRACTICĂ







Nume şi prenume elev: _____

Clasa: a X_a , Profilul: Servicii

Domeniul: Comerț, Calificarea: Tehnician în activități de comerț

Denumirea operatorului economic partener de practică:

_____

Administrator: _____

Tutore de practică: _____

AN ŞCOLAR _____

I. NORME ŞI MĂSURI CE SE IMPUN PENTRU REALIZAREA PRACTICII

Drepturile şi obligaţiile practicantului

Parte integrantă din Ordin 4798/2017

Practicantul are dreptul:

a) la respectarea imaginii, demnităţii şi personalităţii proprii;

b) la protecţia datelor personale, cu excepţia situaţiilor prevăzute de lege;

c) de a învăţa, inclusiv în cadrul pregătirii la partenerul de practică, într-un mediu care sprijină libertatea de expresie, fără încălcarea drepturilor şi libertăţilor celorlalţi participanţi. Libertatea de exprimare nu poate prejudicia demnitatea, onoarea, viaţa particulară a persoanei şi nici dreptul la propria imagine. Nu se consideră libertate de expresie următoarele manifestări: comportamentul jignitor faţă de personalul partenerului de practică şi faţă de colegi, denigrarea în orice fel a partenerului de practică, sau a angajaţilor acestuia, utilizarea invectivelor şi a limbajului trivial, alte manifestări ce încalcă normele de moralitate;

d) să îşi desfăşoare activitatea practică în condiţii care respectă normele de igienă, de sănătate şi securitate în muncă, de protecţie civilă şi de pază contra incendiilor;

e) la educaţie şi formare profesională de calitate în timpul pregătirii la partenerul de practică, prin asigurarea condiţiilor materiale adecvate pentru aplicarea corectă şi parcurgerea integrală a curriculum-ului şi prin utilizarea de către tutorele de practică în colaborare cu cadrul didactic coordonator a celor mai adecvate strategii didactice, în vederea formării şi dezvoltării competenţelor-cheie şi profesionale în conformitate cu activităţile şi rezultatele învăţării precizate în anexa pedagogică;

f) de a participa la programele de pregătire suplimentară organizate de partenerul de practică şi/sau unitatea de învăţământ pentru recuperarea absenţelor motivate sau pentru remedierea rezultatelor obţinute la pregătirea teoretică şi practică; recuperarea prin aceste programe de pregătire suplimentară a absenţelor nemotivate se poate realiza doar cu acordul operatorului economic partener de practică;

g) de a primi informaţii cu privire la planificarea activităţilor de pregătire practică şi modul de evaluare;

h) de a beneficia de o evaluare obiectivă şi corectă şi de a fi informat privind notele acordate, inclusiv la pregătirea practică;

i) de a-i fi consemnată în evidenţele de practică şi în catalog absenţa doar în cazul în care nu este prezent la programul de pregătire; este interzisă consemnarea absenţei ca mijloc de coerciţie;

j) să beneficieze de "bursa profesională" şi/sau alte forme de sprijin acordate din fonduri publice în baza reglementărilor legale în vigoare;

k) să beneficieze de susţinere financiară şi alte forme de sprijin material şi stimulente acordate de operatorul economic partener de practică, precizate la art. 5 din prezentul contract;

l) de a beneficia de tratament nediscriminatoriu la locul de practică. Partenerul de practică şi unitatea de învăţământ se vor asigura că niciun elev nu este supus discriminării sau hărţuirii pe criterii de rasă, etnie, limbă, religie, sex, convingeri, dizabilităţi, naţionalitate, cetăţenie, vârstă, orientare sexuală, stare civilă, cazier, tip de familie, situaţie socioeconomică, sau alte criterii cu potenţial discriminatoriu;

m) să beneficieze de toate drepturile conferite prin statutul elevului[5];

n) [5] Statutul elevului aprobat prin Ordinul ministrului educaţiei naţionale şi cercetării ştiinţifice nr. 4.742/2016, cu modificările ulterioare.

o) să fie informat în legătură cu reglementările legale în vigoare din care decurg drepturile şi obligaţiile sale.

Practicantul este obligat:

a) să respecte toate îndatoririle care îi revin prin statutul elevului şi regulamentul de organizare şifuncţionare al unităţii de învăţământ;

b) să respecte reglementările de ordine interioară ale operatorului economic partener de practică,în acord cu statutul său de elev practicant;

c) să respecte prevederile contractului de pregătire practică şi ale anexei pedagogice, care faceparte integrantă din prezentul contract;

d) să frecventeze programul stabilit pentru activităţile de pregătire teoretică şi practică;

e) să se pregătească în mod corespunzător pentru a dobândi competenţele şi a-şi însuşi cunoştinţele, deprinderile şi atitudinile prevăzute de standardul de pregătire profesională şi programele şcolare pentru calificarea respectivă;

f) să execute activităţile solicitate de tutore, prevăzute în anexa pedagogică, după o prealabilă instruire;

g) să îşi însuşească şi să respecte, în acord cu statutul său de elev practicant, normele de securitateşi sănătate în muncă, normele de prevenire şi de stingere a incendiilor, normele de protecţie civilă,precum şi normele de protecţie a mediului;

h) să utilizeze echipamentul de lucru/protecţie exclusiv la locul de practică;

i) în caz de îmbolnăvire pe timpul practicii la operatorul economic, să anunţe tutorele şi cadrul didactic coordonator de practică, direct sau prin intermediul părinţilor/tutorelui/susţinătorului legal, în termen de maximum 48 ore, să se prezinte la cabinetul medical şi, în funcţie derecomandările medicului, mai ales în cazul unei afecţiuni contagioase, să nu pună în pericol sănătatea colegilor sau a personalului din unitate.

j) să recupereze activităţile de practică la care a absentat, inclusiv din motive medicale, conform unui program de pregătire convenit cu tutorele şi coordonatorul de practică;

k) să utilizeze şi să completeze un caiet de practică; acesta va cuprinde informaţii privindactivităţile desfăşurate pe perioada stagiului de pregătire practică, sarcinile şi temele de lucru realizate, precum şi observaţiile personale privitoare la activitatea depusă. Caietul de practică esteverificat periodic de către tutore şi cadrul didactic coordonator de practică şi furnizează dovezi privind desfăşurarea pregătirii practice, luate în considerare la evaluarea pregătirii dobândite de practicant;

l) să nu folosească, în niciun caz, informaţiile la care are acces în timpul practicii despre partenerulde practică sau clienţii săi, pentru a le comunica unui terţ sau pentru a le publica, chiar după terminarea pregătirii, decât cu acordul respectivului partener de practică.



NORME DE IGIENĂ ŞI SECURITATE A MUNCII ÎN COMERŢ

Noţiuni introductive

În orice domeniu profesional, eficienţa şi calitatea muncii este influenţată de modul de planificare şi organizare a lanţului proceselor tehnologice, a programului de muncă, de instruirea şi pregătirea profesională a personalului, dar şi de instruirea privind normele de protecţie, securitate şi sănătate în muncă.

Elevii practicanţi pot fi expuşi multor riscuri datorate lipsei de experienţă, a inconştienţei vârstei şi a tratării cu superficialitate a recomandărilor, instrucţiunilor referitoare la securitatea şi sănătatea în muncă.

Reguli generale privind munca elevilor practicanţi/tinerilor:

Sunt interzise activităţi care:

- îi supun la un efort peste capacităţile lor fizice/psihologice;
- presupun un mediu de muncă toxic, radioactiv, sau care pot determina alterări genetice;
- posibilităţile de accidentare sunt crescute, sau nu au suficientă experienţă în a anticipa şi preveni expunerea la accidente, sau chiar accidentarea.

Norme privind exploatarea aparaturii şi dotărilor

- Instalaţiile electrice trebuie să fie bine izolate, iar aparatele şi maşinile alimentate cu energie electrică trebuie să fie legate la pământ ;
- Toate tablourile electrice trebuie să fie încuiate ;
- În cazul apariţiei unor defecte sau a unei uzuri la cordoanele electrice se va anunţa imediat conducătorul locului de muncă, iar utilizarea echipamentelor se va face numai după repararea sau înlocuirea cordoanelor, de către electricianul de întreţinere ;
- Înainte de conectarea unui echipament la o priză electrică trebuie controlată pentru ca aceasta să fie în poziţia “deconectat”;
- Pentru a se lua un obiect aflat la înălţime se vor utiliza: taburete solide, podiumuri sau scări corespunzătoare;
- Pentru evitarea riscurilor de accidentare prin împiedicare, sertarele birourilor fişetelor sau ale dulapurilor trebuie ţinute închise;
- La închiderea sertarelor, birourilor sau uşilor caselor de bani, se vor folosi mânerele special confecţionate în acest scop;
- Deplasările dintr-o încăpere în alta se vor efectua cu faţa înainte, iar deschiderea uşilor se va face lent, astfel încât să se evite accidentarea persoanelor din încăperea alăturată, aflate în apropierea uşilor.



Reguli privind circulaţia pe scările de acces

- se va circula numai pe partea dreaptă ;
- se va merge încet, unul după altul ;
- se vor îndepărta de pe trepte toate obiectele care ar putea provoca alunecarea (creioane,coji de fructe, etc).

Reguli privind utilizarea ascensoarelor:

- se va intra întotdeauna cu faţa înainte în cabină;
- nu se va depăşi sarcina maximă de transport a ascensorului;
- se va semnala imediat, responsabilului ISCIR pe instituţie, orice defecţiune constatată la ascensor;
- manevrarea uşilor cu geamuri se va face lent

Măsuri pentru situaţii de urgenţă





Incendiile

Măsurile specifice de apărare împotriva incendiilor în spaţiile pentru comerţ se stabilesc în funcţie de următoarele:

a) identificarea şi combaterea surselor specifice de aprindere;

b) categoriile de materiale şi modul de gestionare a deşeurilor combustibile susceptibile a se aprinde;

c) dotarea cu mijloacele tehnice de apărare împotriva incendiilor;

d) activităţi realizate de utilizatorii care se află simultan în astfel de spaţii şi construcţii.

Măsuri de prevenire :

- Marcarea locurilor unde există pericol de incendiu şi interzicerea fumatului în aceste zone;
- Verificarea periodică a instalaţiei electrice;
- Interzicerea folosirii mijloacelor improvizate de încălzire;
- Evitarea încărcării instalaţiei electrice peste sarcina normală;
- Interzicerea suspendării corpurilor de iluminat direct de cablu;
- Interzicerea folosirii substanţelor inflamabile în apropierea surselor de căldură sau în spaţii închise;
- Verificarea periodică a instalaţiilor de ventilare şi condiţionare a aerului;
- Depozitarea gunoiului în exteriorul clădirii;
- Afişarea cu recomandări privind evitarea fumatului în incintă, aruncarea ţigărilor aprinse în locuri nepermise;
- Iluminarea corespunzătoare a spaţiilor exterioare pentru a putea fi supravegheate şi a nu crea condiţii unor persoane răuvoitoare să acţioneze (incendiere intenţionată).
- Remedierea eventualelor defecţiuni depistate în urma verificărilor, vor fi executate de persoane corespunzător calificate (electricieni, mecanici).

Norme igienico - sanitare în comerţ

Igiena personală

-este o obligaţie zilnică a fiecărui lucrător comercial: duşuri zilnice, corpul îngrijit şi protejat cu deodorante, mâinile curate şi îngrijite cu manichiură curată, părul pieptănat şi prins;

-vestimentaţia de protecţie corespunzător sortimentului de mărfuri de la raion (halate, bonete, şorturi, mănuşi, căşti, încălţăminte comodă, rezistentă, igienică);

-ecusonul.



Igiena şi curăţenia la locul de muncă

Curăţenia

În vederea evitării contaminării mărfurilor pe parcursul Proceselor tehnologiei comerciale, este necesară realizarea permanentă a curăţeniei şi respectarea normelor stricte de igienă.

Toate spaţiile unităţii comerciale utilajele, aparatura şi instrumentarul de lucru periodic, trebuie curăţate şi igienizate:

- în spaţiile cu risc mai mare de contaminare cu microbi, bacterii, viruşi frecvenţa igienizării trebuie să fie mai mare;
- în fiecare unitate trebuie numit un responsabil cu atribuţii de planificare urmărire, control şi gestionare a activităţii de curăţenie şi igienizare
- fiecare spaţiu/compartiment/raion în funcţie de particularităţile sale.
- curăţenia începe din zonele mai curate către cele mai murdare, dinspre tavan spre podea, dinspre încăperile de lucru către anexele sanitare;
- substanţele şi instrumentarul de curăţenie vor fi depozitate într-un spaţiu special amenajat pentru evitarea riscului de contaminare chimică sau microbiologică, prevăzut cu posibilităţi de aerisire, pentru uscarea ustensilelor.

Curăţarea mecanică urmăreşte îndepărtarea depunerilor, a murdăriei, a reziduurilor organice alimentare şi a microorganismelor şi presupune:
- aspirarea şi/sau perierea prafului şi a impurităţilor de pe ustensile, utilaje şi echipamente tehnologice;
- îndepărtarea cu aer comprimat/apă sub presiune a depunerilor de murdărie;
- detaşarea şi răzuirea depozitelor de murdărie;
- ştergerea umedă a suprafeţelor cu lavete şi detergenţi sau alte soluţii de spălare.

Pentru efectuarea curăţeniei, în fiecare unitate trebuie să existe trei seturi de ustensile:
- unul pentru curăţenia în vestiare şi holuri,
- unul pentru curăţenia la toalete,
- unul utilizat pentru curăţenia în spaţiile de



Spălarea

Este operaţia care se poate aplica în anumite cazuri când curăţarea mecanică nu este suficientă pentru îndepărtarea tuturor depunerilor de murdărie care aderă la suprafeţe, respectiv resturi organice care aderă din grăsimi, sau din săruri minerale de calciu şi de magneziu insolubile de la apa cu duritate mare în cursul operaţiilor de spălare.

Etapele spălării

- ***umezirea***
- ***spălarea propriu-zisă***
- ***clătirea***

Dezinsecţia

Deoarece prin curăţare şi spălare nu se realizează îndepărtarea totală a încărcăturii microbiene a suprafeţelor, trebuie efectuată dezinfecţia suprafeţelor spălate.

Dezinsecţia trebuie să se efectueze ţinând seama de:

¬ natura microorganismelor care trebuie distruse (bacterii, drojdii, mucegaiuri);
¬ agentul dezinfectant utilizat;
¬ temperatura şi durata aplicării;
¬ modul de spălare a suprafeţelor şi caracteristicile acestora.

MODULUL IV[1]: CURRICULUM ÎN DEZVOLTARE LOCALĂ

PREGĂTIRE DE BAZĂ ÎN DOMENIUL COMERȚULUI MODERN

Unităţi de rezultate ale învăţării

URI 1 – ETICĂ ŞI COMUNICARE PROFESIONALĂ

URI 3 – UTILIZAREA METODELOR, PROCEDEELOR ŞI PRINCIPIILOR CONTABILITĂȚII

URI 6 – PROTECȚIA CONSUMATORULUI, PERSONALULUI ŞI A MEDIULUI

Tabel de corelare dintre rezultatele învăţării şi conţinuturile învăţării

URÎ 1- ETICĂ ŞI COMUNICARE PROFESIONALĂ			Conținuturile învățării[3]	Situații de învățare
RI propuse spre aprofundare				
Cunoștințe	Abilități	Atitudini		
1.1.5 1.1.8 1.1.9 1.1.14 1.1.15	1.2.4 1.2.5 1.2.14 1.2.23 1.2.24	1.3.2 1.3.3 1.3.7 1.3.9 1.3.10 1.3.12 1.3.14 1.3.15 1.3.16 1.3.17	**Formele de comunicare** - Comunicarea verbală - Comunicarea nonverbală - Comunicarea scrisă - Stabilirea formelor de comunicare indicate în diferite contexte **Etica profesională** - Relații interumane – climatul optim de muncă - Condiții care facilitează activitatea umană: structura personalității, tipuri de temperament, psihologia grupurilor - Imaginea personală - Deontologia profesională - Principii de etică profesională - Norme etice la locul de muncă, norme de comportament - Disciplina în muncă şi secretul de serviciu	Maistrul/tutorele va explica care sunt principalele forme de comunicare utilizate în activitatea comercială și care sunt regulile unei comunicări eficiente la locul de muncă Elevii sunt îndrumați să observe sistematic modul de comunicare a personalului în magazin(Fișa de observare) Elevii sunt stimulați să studieze și să analizeze situații de comunicare cu clienții în anumite contexte (Studiu de caz) Elevii primesc sarcini individuale de comunicare cu clientul în anumite situații specifice(orientarea clienților la raioane,oferire de informații despre mărfuri, negocierea ofertei) Simulări in care elevii comunică cu clienții în funcție de personalitatea și temperamentul acestora Exerciții practice și exerciții dirijate în care elevii respectă deontologia profesională Proiecte individuale în care elevii trebuie să promoveze imaginea personală și imaginea firmei Elevii identifică respectă principii de etică profesională în activitățile curente ale practicii la operatorul economic Problematizarea –crearea de situații problemă privind respectarea disciplinei în muncă și păstrarea secretului de serviciu pe care elevii să le soluționeze eficient Elevii primesc sarcini de lucru în echipă în care elevii își stabilesc rolul în echipă, obiectivele comune și individuale, responsabilitățile, liniile de comunicare, modul de realizare a sarcinilor

[1] Stagiu de pregătire practică *conform Anexa 1 la OMEN, Nr. 3914 din data 18.05 2017*

URÎ 3 – UTILIZAREA METODELOR, PROCEDEELOR ȘI PRINCIPIILOR CONTABILITĂȚII			Conținuturile învățării[3]	Situații de învățare
RI propuse spre aprofundare				
Cunoștințe	Abilități	Atitudini		
3.1.3	3.2.4 3.2.5 3.2.6	3.3.3	***Prețurile mărfurilor: definiție, caracteristici, clasificare:*** a) Prețurile en gros b) Prețurile en detail c) Reducerile de preț ***Documente specifice operațiilor economice cu mărfuri:*** a. Notă de recepție b. Factură fiscală c. Chitanță d. Raport de gestiune zilnic e. Borderou de vînzare f. Aviz de însoțire a mărfii g. Registrul de casă h. Bon de predare primire transfer restituire i. Proces verbal de recepție j. Fișa de magazie	Studiu de caz analizează tipuri de prețuri utilizate la magazin Miniproiect: -elevii alcătuiesc un dosar cu documente specifice gestiunii mărfurilor utilizate la agentul economic Fișe de lucru: să realizeze scheme cu organizarea fluxurilor de circulație în unitatea de practică Exercițiul practic: asistă și realizează sarcini de lucru simple, la îndrumarea și sub supravegherea tutorelui, privind gestiunea informatizata a stocurilor Simulare/Exerciții aplicative: în care elevul simulează/rezolvă sarcini de lucru planificate într-un interval de timp dat Exerciții de calcul al prețurilor și al reducerilor de prețuri la magazin Observarea sistematică a regulilor de completare a documentelor de gestiune a mărfurilor și a circuitului documentelor
URÎ 6- PROTECȚIA CONSUMATORULUI, PERSONALULUI ȘI A MEDIULUI			Conținuturile învățării[3]	Situații de învățare
RI propuse spre aprofundare				
Cunoștințe	Abilități	Atitudini		
6.1.3 6.1.4 6.1.5 6.1.6 6.1.7 6.1.8 6.1.9 6.1.10 6.1.11 6.1.12	6.2.3 6.2.4 6.2.5 6.2.6 6.2.7 6.2.8 6.2.9 6.2.10 6.2.11	6.3.1 6.3.2 6.3.3 6.3.4 6.3.5 6.3.6	**1.Consumatorul** 1.3. Drepturile consumatorului 1.4. Principii ONU cu privire la protecția consumatorului; 1.5. Cadrul legislativ privind protecția consumatorului în România. **2. Etichetarea și ambalarea ecologică:** 2.1. Sisteme de marcare ecologică a produselor; 2.2. Norme de etichetare ecologică pe tipuri de produse; 2.3. Ambalarea mărfurilor în relație cu protecția consumatorilor; 2.4. Impactul ambalajelor asupra mediului înconjurător. **3. Nemulțumirile consumatorilor de produse și servicii:** 3.1. Reclamațiile consumatorilor de produse și servicii; 3.2. Norme referitoare la informarea și educarea în domeniul protecției consumatorilor; 3.3. Sancțiuni aplicate pe tipuri de abateri în cazul nerespectării drepturilor consumatorilor.	Observare - Exerciții aplicative prin care să clasifice și să recunoască drepturile consumatorului Situații problemă în care elevul să identifice cazuri de încălcare a drepturilor consumatorului Studiu de caz în care să prezinte relevanța respectării legislației privind protecția consumatorului -Exerciții dirijate prin care să recunoască sisteme de marcare ecologică a produselor Situații problemă în care să identifice metode de ambalare a mărfurilor în relație cu protecția consumatorilor Studiu de caz în care să analizeze, impactul ambalajelor asupra mediului Observarea sistematică- elevii primesc sarcini să urmărească reclamațiile consumatorilor (registrul de sesizări și reclamații) Studiu de caz în care elevii identifică și analizează normele privind informarea și educarea consumatorului Fișe de lucru în care elevii să identifice și să prezinte sancțiunile aplicate pentru nerespectarea drepturilor consumatorului

Ziua 1

FIŞĂ DE DOCUMENTARE 1

Comunicarea

Ce este comunicarea?

Dacă o să căutaţi în Dicţionarul explicativ al limbii române veţi găsi următoarea definiţie:

A comunica: *A face cunoscut, a da de ştire, a informa, a înştiinţa, a spune*.

Comunicaţi tot timpul: acasă – cu familia, la şcoală – cu colegii şi profesorii, în parcuri şi discoteci – cu prietenii, pe stradă, în magazine etc.

Între oameni a comunica înseamnă a pune în comun idei, fapte, emoţii şi sentimente, opinii. Acestea circulă sub formă de mesaje. A comunica înseamnă a emite, transmite şi recepţiona mesaje.

Omul emite mesaje când vorbeşte, scrie, indică un obiect sau o imagine, zâmbeşte, se încruntă, răspândeşte un anumit miros etc.

Omul recepţionează mesaje când ascultă, citeşte, priveşte, pipăie, miroase , gustă.

Aveţi următoarea situaţie de comunicare:

Situaţia	Alexandru este în prima zi de muncă la un hipermarket, la raionul de menaj. Şeful de raion îl întâmpină amabil şi îi prezintă sarcinile la locul de muncă
Problema	Presupunând că are deja experienţă în domeniu, îi prezintă succint atribuţiile şi sarcinile de lucru, fără a apela la detalii. Însă tocmai acele detalii îl pun în încurcătură şi îi dau nesiguranţă. Alexandru este conştient că ar trebui să solicite explicaţii suplimentare, dar şeful său este tot timpul ocupat iar el nu are curaj să îi ceară informaţii.
Concluzia	Alexandru pierde timp şi nu îşi îndeplineşte sarcinile de lucru, unele sarcini nu sunt corect îndeplinite, îşi pierde entuziasmul şi încrederea. Şeful de raion îl priveşte nemulţumit, începe să creadă că nu poate face faţă cerinţelor locului de muncă.
Soluţii	

- **NIVELURI DE COMUNICARE**

1. Identificaţi nivelul de comunicare corespunzător



a) **Comunicare intrapersonală**
b) **Comunicare publică**
c) **Comunicare de masă**
d) **Comunicare interpersonală**

2. Identificaţi nivelul de comunicare corespunzător



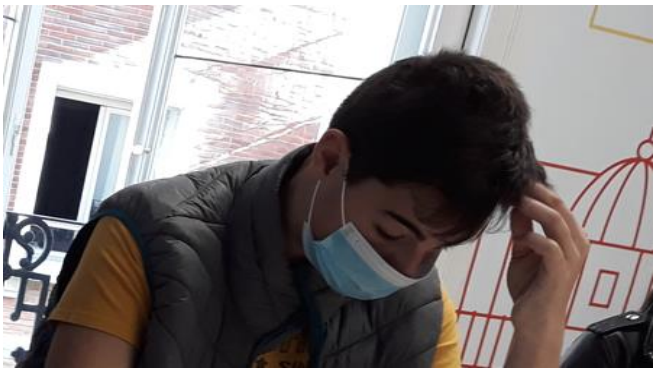
a) **Comunicare de masă**
b) **Comunicare publică**
c) **Comunicare în grup**
d) **Comunicare intrapersonală**

3. Identificaţi nivelul de comunicare corespunzător



a) **Comunicare interpersonală**
b) **Comunicare publică**
c) **Comunicare de masă**
d) **Comunicare intrapersonală**

4. Identificaţi nivelul de comunicare corespunzător



a) **Comunicare de masă**
b) **Comunicare publică**
c) **Comunicare intrapersonală**
d) **Comunicare interpersonală**

5. Pentru fiecare din situaţiile de mai jos, identificaţi nivelul de comunicare corespunzător

a) Alex susţine o prezentare la geografie şi este urmărit de cei 25 colegi.

Nivelul de comunicare este_____

b) Elena vorbeşte la telefon cu prietena sa Sonia.

Nivelul de comunicare este_____

c) Mă întreb cum am reuşit să uit formula la matematică ?

Nivelul de comunicare este_____

d) Vlad urmăreşte pe canalul Descovery un reportaj despre încălzirea globală.

Nivelul de comunicare este_____

e) Victor, Alina şi Dana discută despre surpriza pregătită colegei lor de clasă.

Nivelul de comunicare este_____

6. Studiu de caz

Ionuţ a observat un afiş la avizierul şcolii : „Liceul Tehnologic Corbu organizează admiterea pentru cursuri de postliceal- Asistent de gestiune. Pentru informaţii suplimentare accesaţi site-ul unităţii de învăţământ. Identificaţi elementele comunicării.

Elementele comunicării	**Identificare**
Emiţător	
Mesaj	
Mijloc de comunicare	
Receptor	
Context	
Răspuns	

PROGRAM DE PRACTICĂ *08,00 - 14,00*

Prezentarea personalului

Se prezintă tutorele de stagiu. Se prezintă elevul practicant.

Tutorele de stagiu:

- prezintă locul de muncă, compartimente şi activităţi specifice, fluxurile de circulaţie în spaţiile unităţii comerciale;
- prezintă programul de lucru al unităţii şi al elevului practicant
- realizează instruire individuală privind SSM şi PSI;
- comunică cu elevul practicant privind nevoile şi aşteptările în cadrul stagiului de pregătire practică.

Evaluare iniţială:

Tutorele prezintă elevului practicant un lot de mărfuri alimentare. Elevul practicant efectuează:

- ***Recunoaşterea grupei merceologice a produselor, verificarea şi prezentarea caracteristicilor de calitate ale mărfurilor şi pregătirea pentru vânzare a unui eşantion de mărfuri prezentat.***

Tutorele de stagiu atribuie sarcini simple sub observare elevului practicant

Tutorele de stagiu evaluează activitatea participantului şi oferă feed-back.

Participantul completează Caietul de practică

REFLECȚIE

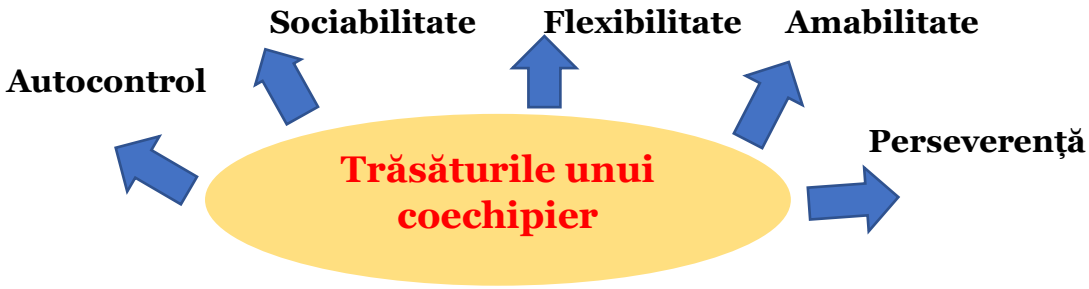


1. **Cum a fost prima zi la locul unde efectuaţi practica?**
2. **Ai avut unele nelămuriri?**
3. **Dacă da, ce nelămuriri ai avut?**
4. **Cum ai rezolvat problema?**
5. **Dacă nu ai rezolvat-o, acum poţi spune ce ai fi putut face?**

Ziua 2

FIȘĂ DE DOCUMENTARE 2

Comunicarea în echipă



Fiecare membru al echipei este important !

Fișa postului

1. Denumire compartiment: COMPARTIMENTUL DESFACERE
2. Denumire postul: LUCRĂTOR COMERCIAL
3. Se subordonează: DIRECTOR DE MAGAZIN
4. Subordonează: Numai dacă este cazul
5. Relaţii funcţionale:
- cu lucrătorii comerciali de la depozit pentru preluarea comenzilor;
- cu funcţionării de la informaţii pentru a chema personalul de curăţenie;
- cu funcţionării de la casierie pentru preluarea produselor la care renunţă clienţii;

6. Pregătirea şi experienţă:
NIVEL DE STUDII: minim liceul (diplomă de bacalaureat)
EXPERIENŢĂ:
- Nu este obligatorie;
- Au prioritate persoanele cu experienţă în domeniul comercial

APTITUDINI ŞI DEPRINDERI NECESARE:
- Percepţie vizuală;
- Atenţie: concentrare, mobilitate, distributivitate, selectivitate;
- Rapiditate şi spirit practic;
- Coordonare manuală bună;
- Memorie vizuală bună;
- Abilităţi de comunicare;
- Persoană de încredere;
- Implicare în activitate;
- Capacitatea de a se descurca în condiţii de stres;
- Rezistenţă la sarcini repetitive;
- Rezistenţă la oboseală;
- Capacitatea de a munci în echipă.

7. Responsabilităţi şi sarcini:

ATRIBUȚII PRINCIPALE (şi sarcini aferente):

1. Asigură necesarul de marfă la raft

- Aduce marfă din depozit
- Ordonează rafturile pe categorii de produse şi pe tipuri de produse (Firma 1, Firma 2 etc.)
- Expune mărfuri într-o manieră estetică, atrăgătoare şi uşor accesibile clienţilor
- Urmăreşte rafturile şi asigură încărcarea lor cu marfă în funcţie de vânzare
- Compară, sortează şi verifică marfa

2. Adaptează etichetele şi afişele în funcţie de cerinţele curente

- Actualizează etichetele în funcţie de preţul din ziua respectivă
- Înlocuieşte afişele din promoţia veche cu afişele din noua promoţie

3. Asigură preţul produselor care se cântăresc

- Cântăreşte produsele ambalate
- Lipeşte etichetele cu preţul corespunzător pe produsul ambalat

4. Asigură igiena rafturilor

- Supraveghează rafturile pentru a interveni în cazul unui incident
- Înlătură produsele care sunt deteriorate şi pot afecta igiena raionului
- Anunţă personalul de la curăţenie în cazul unui incident

5. Verifică termenul de valabilitate al produselor

- Controlează zilnic valabilitatea produselor
- Scoate de la vânzare acele produse care mai au o zi de valabilitate

6. Realizează comenzile pentru produsele ce urmează a fi expuse la raft

- Urmăreşte vânzările din ziua anterioară
- Face comenzi în funcţie de vânzările din ziua anterioară
- Dă comandă în funcţie de necesarul din ziua respectivă

7. Oferă relaţii clienţilor

- Oferă informaţii despre marfa expusă
- Răspunde solicitărilor clienţilor
- Oferă ajutor clienţilor
- Informează clienţii de schimbările care au avut loc în privinţa produselor

RESPONSABILITĂȚILE POSTULUI:

- Răspunde de asigurarea volumului de marfă corespunzător, în rafturi
- Răspunde de valabilitatea produselor expuse
- Răspunde de raportarea pierderilor de orice fel (rebuturi, furturi)
- Răspunde de condiţiile de igienă a mărfii
- Răspunde de informarea clienţilor
- Răspunde de rezolvarea problemelor şi de satisfacerea cerinţelor clientului
- Răspunde de supravegherea raioanelor
- Informează superiorii cu privire la vânzările din raioane.

PROGRAM DE PRACTICĂ *08,00 - 14,00*

Tutorele de stagiu:

- prezintă atribuţiile şi responsabilităţile personalului comercial conform fişei postului;
- prezintă magazinul, organizarea internă, spaţii principale şi auxiliare, structura organizatorică şi a fluxurile din unitate;

Elevul practicant:

- realizează exerciţii de recunoaştere a organizării interne a unităţii, a fluxurilor de circulaţie, a ierarhiei şi nivelurilor de comunicare internă.

Tutorele de stagiu urmăreşte, evaluează activitatea participantului şi oferă feedback.

Elevul completează Caietul de practică.



STUDIU DE CAZ:

Observă activitatea personalului din unitatea de practică şi pentru fiecare notează în fişa de observare următoarele aspecte:

Angajat /postul ocupat	Aspecte observate / Observaţii

Ziua 3

FIȘĂ DE DOCUMENTARE 3

Comunicarea cu clienții/ Negocierea vânzării

Un act de vânzare-cumpărare de cele mai multe ori este precedat de negocierea cu clientul, iar finalitatea este influenţată de mai multe variabile.

Negocierea vânzării presupune confruntarea între două părţi care au interese proprii, care prin comunicare ajung la un consens reciproc avantajos

ETAPE ÎN NEGOCIEREA UNEI VÂNZĂRI:

- **Întâmpinarea clientului**
- **Identificarea nevoilor clientului**
- **Prezentarea ofertei**
- **Argumentarea vânzării**
- **Finalizarea vânzării**

TIPURI DE CLIENȚI

Tipuri de clienţi în funcţie de vârstă:

- **Copiii;**
- **Adolescenţii;**
- **Adulţii;**
- **Persoanele în vârstă.**

Tipuri de clienţi în funcţie de sex:

- **Femeile;**
- **Bărbaţii.**

Tipuri de clienţi în funcţie de temperament:

- **Sangvin;**
- **Coleric;**
- **Flegmatic ;**
- **Melancolic.**

Tipuri de clienţi în funcţie de caracter:

- **Dificil;**
- **Atotştiutor;**
- **Econom;**
- **Impulsiv;**
- **Entuziast.**

Tipuri de clienţi în funcţie de conjunctură:

- **Hotărât;**
- **Nehotărât;**
- **Nemulţumit;**
- **Grăbit.**

PROGRAM DE PRACTICĂ *08,00 - 14,00*

Tutorele de stagiu:

- prezintă situaţii de comunicare cu clienţii în diferite context;
- demonstrează situaţii de comunicare privind orentarea clienţilor la raioane;
- demonstraează situaţii de oferire a informaţiilor despre mărfuri (sortiment, preţ, calitate, avantaje, garanţie, mod de folosire);
- demonstrează situaţii de negociere a ofertei în funcţie de tipologia clientului;
- cere elevilor să supravegheze activitatea la raioane şi să comunice cu clienţii, furnizând informaţii şi suport la solicitatea acestora

Elevul practicant:

- realizează sarcini individuale de comunicare cu clienţii adaptat tipului, temperamentului şi caracterului clienţilor

Tutorele de stagiu urmăreşte, evaluează activitatea elevului şi oferă feedback.

Elevul completează Caietul de practică.



STUDIU DE CAZ:

Observă comportamentul clienţilor din unitatea de practică şi pentru fiecare notează în fişa de observare următoarele aspecte:

Tip de client	Mod de comportament

REFLECȚIE  **Care sunt provocările în comunicarea cu clienții?**

Ziua 4

FIŞĂ DE DOCUMENTARE 4

Comunicarea prin imagine

PRINCIPALELE TEHNICI ŞI INSTRUMENTE DE PROMOVARE

1. Promovarea prin imagine (marca, logo, elemente vizuale prin care se particularizează, elemente specifice culturii organizaţiei, elemente specifice de amenajare a spaţiilor)

2. Promovarea prin editarea de materiale publicitare (oferte, pliante, broşuri, cărţi de vizită, cărţi poştale, documente cu antet personalizat, agende, calendare);

3. Promovarea prin obiecte promoţionale (pixuri, brelocuri, căni, şepci, tricouri, etc.)
4. Realizarea de campanii publicitare;
5. Promovarea prin oferirea unor reduceri de preţ la unele produse/preparate, servicii turistice;
6. Promovarea prin reclamă la radio, televiziune, internet;
7. Participarea la târguri şi expoziţii de turism;
8. Promovarea prin donaţii, sponsorizări, suport în evenimente caritabile, suport al unor evenimente culturale, sportive



PROGRAM DE PRACTICĂ *08,00 - 14,00*

Tutorele de stagiu:

- prezintă elementele de promovare a unităţii prin imagine (simbol, logo, denumire);
- prezintă modalităţile şi mijloacele prin care se realizează promovarea prin imagine;
- cere elevilor să observe aceste elemente de promovare prin imagine pe parcursul activităţii şi să completeze Fişa de observare.

Elevul practicant:

- realizează sarcini individuale în unitate şi observă elelentele de promovare prin imagine

Tutorele de stagiu urmăreşte, evaluează activitatea elevului şi oferă feedback.

Elevul completează Fişa de observare şi Caietul de practică.

FIŞA DE OBSERVARE 1 – Promovarea prin imagine

Urmărește la unitatea unde îți desfășori stagiul de pregătire practică, în ce fel se realizează promovarea prin imagine și completează următoarea schemă:

Mijlocul de promovare	Elementul de promovare	Observaţii
Promovarea prin marcă, logo	Care este denumirea, marca sau logo-ul firmei?	
Alte elemente vizuale prin care se particularizează	Design, colorit, imagini	
Cultura organizaţiei	Viziune în afaceri Tradiţii Valori ale firmei	
Specificul amenajării spaţiului	Designul exterior/interior Dotări Elemente de decor specific	

Reflecţie !!!  **Cât de relevantă e imaginea firmei în promovare ?**

Ziua 5

FIŞĂ DE DOCUMENTARE 5

Comunicarea prin instrumente de promovare

ACŢIUNILE DE PROMOVARE A VÂNZĂRILOR

- Acţiunile de promovare a vânzărilor vizează obiective comunicaţionale, subordonate obiectivelor de marketing;
- Promovarea vânzărilor vizează: consumatorii, forţa de vânzare, distribuitorii, prescriptorii;
- Pe o perioadă determinată de timp, tehnicile de promovare a vânzărilor contribuie la conferirea unei valori suplimentare produsului (avantaje);
- Efectele sunt rapide, de cele mai multe ori imediate, dar de regulă limitate în timp.

TEHNICI DE PROMOVARE A VÂNZĂRILOR

- Reduceri de preţuri;
- Prime şi cadouri;
- Jocuri şi concursuri
- Operaţiuni de încercare gratuită;
- Merchandising;
- Publicitate la locul vânzării.

▪PROGRAM DE PRACTICĂ *08,00 - 14,00*

Tutorele de stagiu:

- prezintă tehnicile de promovare a vânzărilor la nivelul unităţii comerciale;

- prezintă modalităţile prin care se realizează promovarea prin reducere de preţ, merchandising, prime şi cadouri, vânzare grupată, oferte, card de fidelitate, bonificaţii,etc ;

▪- cere elevilor să observe aceste elemente de promovare prin imagine pe parcursul activităţii şi să completeze Fişa de observare.

Elevul practicant:

▪- realizează sarcini individuale în unitate şi observă elementele de promovare prin tehnici de promovare a vânzărilor la locul de vânzare

▪Tutorele de stagiu urmăreşte, evaluează activitatea elevului şi oferă feedback.

▪Elevul completează Fişa de observare şi Caietul de practică.

FIŞA DE OBSERVARE 2 – Promovarea la locul vânzării (1)

Urmăreşte la unitatea unde îţi desfăşori stagiul de pregătire practică, în ce fel se realizează promovarea prin materiale publicitare (oferte, pliante, broşuri, cărţi de vizită, cărţi poştale, documente cu antet personalizat, agende, calendare) şi completează următoarea schemă:

Mijlocul de promovare	Observaţii- Descrie sau ataşează o imagine cu elementul prezentat
Oferte, pliante, broşuri, cărţi de vizită, calendare, agende	
Documente cu antet personalizat	
Alte elemente editate prin care se promovează	



Reflecţie !!! **Cât de importante sunt aceste elemente de promovare în creşterea vizibilităţii şi recunoaşterii firmei?**

FIŞA DE OBSERVARE 3 – Promovarea la locul vânzării (2)

Urmăreşte la unitatea unde îţi desfăşori stagiul de pregătire practică, în ce fel se realizează promovarea prin obiecte promoţionale (pixuri, brelocuri, căni, şepci, tricouri, etc.), campanii şi participare la târguri şi expoziţii şi completează următoarea schemă:

Mijlocul de promovare	Observaţii- Descrie sau ataşează o imagine cu elementul prezentat
Obiecte promoţionale	
Campanii promoţionale (preţuri şi reduceri de preţ, etc)	
Târguri şi expoziţii, susţinerea unor evenimente culturale, sociale, sportive	Descrie



Fii creativ !!!! Prezintă cum ai gândi tu o strategie de promovare folosind aceste mijloace de promovare?

Evaluare de parcurs (săptămâna 1): Exerciţii practice de identificare şi prezentare a organizării interioare a unităţii (spaţii, fluxuri)

Tutorele de stagiu:
- numeşte un spaţiu din organizarea internă şi cere elevului să îl prezinte;
- alege un angajat din unitate şi cere să prezinte pentru acesta postul/funcţia, atribuţii şi responsabilităţi, relaţii organizatorice;
- propune elevului să aleagă un „produs vedetă” şi să realizeze o strategie de promovare.

Tutorele urmăreşte, evaluează activitatea participantului şi oferă feedback.
Elevul practicant completează Caietul de practică.

Ziua 6

FIŞĂ DE DOCUMENTARE 6

Preţuri in activitatea comercială

Reduceri de preţ



Preţul cu ridicata = Costul de achiziţie (-TVA) + Adaosul comercial al angrosistului

Preţul de vânzare cu amănuntul = Costul de achiziţie (-TVA) + Adaos comercial + TVA

Reducerile de preţ

RABATUL - reducerea practicată în mod excepţional asupra preţului de vânzare convenit anterior între furnizor şi client, acoperă în general unele defecte de calitate a bunurilor comercializate, faţă de clauzele prevăzute în contract.

REMIZA - practicată în mod excepţional, ţinându-se cont de volumul vânzărilor sau de importanţa cumpărătorului şi reprezintă în general un procent aplicat asupra preţului de vânzare, prevăzut în ofertă sau rezultat din negocierea părţilor.

FIŞA DE LUCRU 4 – Promovarea produsului turistic

Sarcina de lucru 4

Urmăreşte la unitatea unde îţi desfăşori stagiul de pregătire practică, în ce fel se realizează promovarea prin structura ofertei de produse şi servicii şi calitatea acestora şi completează următoarea schemă:

Mijlocul de promovare	Observaţii- Descrie sau ataşează o imagine cu elementul prezentat
Structura ofertei (tipuri de produse/preparate, gamă sortimentală, preparate specifice	
Calitatea produselor/ preparatelor (produs / preparat vedetă: cel mai bine vândut, cel mai apreciat de clienţi)	
Calitatea serviciilor	Descrie

Observă !!! **Care dintre aceste aspecte ce ţin de promovare sunt mai apreciate de clienţi ? Argumentează de ce!**

Ziua 7

FIȘĂ DE DOCUMENTARE 7

Drepturilefundamentale ale consumatorului /Legea 296/2004

Consumatorii beneficiază de următoarele drepturi:

1) de a fi protejaţi împotriva riscului de a achiziţiona un produs sau de a li se presta un serviciu care ar putea să le prejudicieze viaţa, sănătatea, securitatea ori să le aducă atingere drepturilor şi intereselor legitime;



2) de a fi informaţi complet, corect, precis, asupra caracteristicilor esenţiale ale produselor şi serviciilor, astfel încât decizia pe care o adoptă în legătură cu acestea să corespundă cât mai bine nevoilor lor, precum şi de a fi educaţi în calitatea lor de consumatori;



3) de a avea acces la pieţe care le asigură o gamă variată de produse şi servicii de calitate;



4) de a fi despăgubiţi în mod real şi corespunzător pentru pagubele generate de calitatea necorespunzătoare a produselor şi serviciilor, folosind în acest scop mijloace prevăzute de lege;



5) de a se organiza în asociaţii ale consumatorilor, în scopul apărării drepturilor şi intereselor lor;



6) de a refuza încheierea contractelor care cuprind clauze abuzive, conform prevederilor legale în vigoare;

7) de a nu li se interzice de către un operator economic să obţină un beneficiu prevăzut în mod expres de lege.

* **PROGRAM DE PRACTICĂ** ***08,00 - 14,00***

Tutorele de stagiu:

- prezintă normele privind protecţia consumatorului la nivelul unităţii comerciale;

- prezintă drepturile fundamentale ale consumatorilor;

- prezintă modalităţile prin care se asigură respectarea drepturilor consumatorilor la nivel de unitate ;

- cere elevilor să observe norme de protecţie a consumatorului pe parcursul activităţii şi să completeze Fişa de observare.

Elevul practicant:

* - realizează sarcini individuale în unitate şi observă normele privind „Dreptul de a fi protejat ”

Tutorele de stagiu urmăreşte, evaluează activitatea elevului şi oferă feedback.

Elevul completează Fişa de observare şi Caietul de practică.

FIŞA DE OBSERVARE 4

1. Supuneţi atenţiei activităţile executate de agentul economic la care desfăşuraţi stagiul de practică. Observaţi cu atenţie modul de respectare a drepturilor consumatorului.

2. După încheierea activităţii de observare, completaţi fişa de mai jos.

Ce drepturi ale consumatorului sunt încălcate de către agentul economic ?	**Ce prejudicii ar putea să aibă consumatorul?**	**Ce ar trebui să facă consumatorul ?**	**Ce ar trebui să facă agentul economic?**

FIŞĂ DE DOCUMENTARE 8

Ziua 8

Dreptul de a fi informat

Informarea consumatorilor despre produsele şi serviciile oferite se realizează, în mod obligatoriu, prin elemente de identificare şi caracterizare ale acestora, care se înscriu la vedere, după caz, pe produs, etichetă, ambalaj de vânzare sau în cartea tehnică, instrucţiunile de folosire ori altele asemenea, ce însoţesc produsul sau serviciul, în funcţie de natura acestuia.

(1) Producătorul trebuie să informeze despre denumirea produsului, denumirea şi/sau marca producătorului, cantitatea şi, după caz, termenul de garanţie, de valabilitate sau data durabilităţii minimale, principalele caracteristici tehnice şi calitative, compoziţia, aditivii folosiţi, despre eventualele riscuri previzibile, modul de utilizare, manipulare, depozitare, conservare sau păstrare, despre contraindicaţii.

(2) Producătorul are obligaţia să îşi precizeze adresa în elementele de identificare, până la data aderării României la Uniunea Europeană.

(3) Produsele de folosinţă îndelungată trebuie să fie însoţite de certificatul de garanţie şi, dacă reglementările în vigoare prevăd, de declaraţia de conformitate, precum şi de cartea tehnică ori de instrucţiunile de folosire, instalare, exploatare, întreţinere, eliberate de producător.

(4) Vânzătorul trebuie să informeze consumatorii despre preţul final al produsului sau despre tariful serviciului prestat, pe care îl suportă consumatorul, incluzând taxa pe valoarea adăugată şi toate taxele suplimentare, şi să ofere acestora toate informaţiile şi documentele tehnice care trebuie să însoţească produsul.

(5) Toate informaţiile privitoare la produsele şi serviciile oferite consumatorilor, documentele însoţitoare, inclusiv cele referitoare la informaţiile privind securitatea produsului şi instrucţiunile de utilizare, precum şi contractele, inclusiv cele preformulate, trebuie să fie scrise în limba română, indiferent de ţara de origine a acestora, fără a exclude prezentarea acestora şi în alte limbi.

Informaţiile referitoare la serviciile prestate trebuie să cuprindă categoria calitativă a serviciului, timpul de realizare, termenul de garanţie, tariful, riscurile previzibile şi, după caz, declaraţia de conformitate.

Operatorii economici sunt obligaţi să demonstreze consumatorilor, la cererea acestora, cu ocazia cumpărării, modul de utilizare şi funcţionalitatea produselor ce urmează a fi vândute; la lansarea pe piaţă a produselor, aceştia sunt obligaţi să efectueze demonstraţii de utilizare.

Obligaţia de a informa pe consumator nu poate fi înlăturată prin invocarea secretului comercial sau profesional.

Se interzice prezentarea, prin orice mijloace, a afirmaţiilor şi indicaţiilor care nu sunt conforme cu parametrii ce caracterizează produsele şi serviciile şi care nu pot fi probate.

Preţurile şi tarifele trebuie indicate în mod vizibil şi într-o formă neechivocă, uşor de citit.

Comercializarea produselor şi prestarea serviciilor se fac în locuri şi în spaţii autorizate, conform reglementărilor legale în vigoare.

Sunt obligatorii afişarea, în mod vizibil, a denumirii unităţii, a codului unic de înregistrare la registrul comerţului, din care să rezulte obiectul/obiectele de activitate al/ale societăţii pentru care este autorizată să funcţioneze, precum şi afişarea şi respectarea orarului de funcţionare.

* **PROGRAM DE PRACTICĂ** ***08,00 - 14,00***

Tutorele de stagiu:
- prezintă normele privind informarea consumatorului la nivelul unităţii comerciale;
- prezintă informaţii referitoare la identitatea *producătorului*, denumirea producătorului, adresa sediului acestuia, a importatorului, a distribuitorului, denumirea produsului;
- prezintă informaţii privind *siguranţa consumatorilor:* termen de valabilitate (data de durabilitate minimală), atenţionări speciale, contraindicaţii, ingredientele folosite, condiţii de păstrare, etc.
- prezintă informaţii privind *protecţia intereselor economice ale consumatorilor*: preţ, cantitate,
calitate, termen de garanţie şi condiţii de asigurare a garanţiei etc
- cere elevilor să observe norme privind informarea consumatorilor pe parcursul activităţii şi să completeze Fişa de lucru.
Elevul practicant:
- realizează sarcini individuale în unitate, observă normele privind „Dreptul de a fi informat ”

Tutorele de stagiu urmăreşte, evaluează activitatea elevului şi oferă feedback.

Elevul completează Fişa de observare şi Caietul de practică.

FIŞA DE LUCRU 5

Sarcina de lucru

La agentul economic unde efectuaţi practica analizaţi cu atenţie eticheta unui produs.

După încheierea activităţii de observare, **completaţi fişa de mai jos.**

Informaţii ce ţin de identitatea producătorului	***Informaţii ce ţin de siguranţa consumatorilor***	***Informaţii ce ţin de protecţia intereselor economice ale consumatorilor***
OBSERVAŢII		
INTEREVALUARE  **Rugaţi un coleg să vă analizeze *Fişa delucru* şi să noteze în rubrica „Observaţii” *aprecieri* despre modul în care aţi rezolvat sarcina de lucru**		

Ziua 9

FIŞĂ DE DOCUMENTARE 9

Dreptul de a fi protejat

Art. 4. (1) Se interzice comercializarea de produse sau prestarea de servicii care, utilizate în condiţii normale, pot pune în pericol viaţa, sănătatea sau securitatea consumatorilor.

(2) Se interzic producerea, importul şi comercializarea produselor falsificate sau contrafăcute

Art. 5. (1) Produsele se comercializează numai în cadrul termenului de valabilitate/datei de minimă durabilitate pentru produsele nealimentare sau al datei-limită de consum pentru produsele alimentare/datei durabilităţii minimale stabilite de producător.

(2) Se interzice modificarea termenului de valabilitate/datei de minimă durabilitate sau a datei-limită de consum/datei durabilităţii minimale înscrise pe produs, pe etichetă, pe ambalaj, în documentele însoţitoare

Art. 6. (1) Guvernul, prin organismele sale specializate, stabileşte norme şi reglementări specifice sau le îmbunătăţeşte pe cele existente, când se impune protecţia vieţii, sănătăţii sau securităţii consumatorilor, în următoarele cazuri:

- fabricarea, importul, conservarea, ambalarea, etichetarea, manipularea, transportul, depozitarea, pregătirea pentru vânzare şi vânzarea produselor;
- furnizarea şi utilizarea produselor, precum şi prestarea serviciilor.

(2) Normele şi reglementările se referă la grupe de produse şi servicii care, anual, sunt nominalizate şi actualizate de către Guvern, dacă acest lucru se impune.

Art. 7. - Operatorii economici sunt obligaţi:

a) producătorii:

- să pună pe piaţă numai produse sigure şi, dacă actele normative în vigoare prevăd, acestea să fie testate şi/sau certificate;
- să pună pe piaţă numai produse care respectă condiţiile prescrise sau declarate;
- să oprească livrările, respectiv să retragă de pe piaţă şi/sau de la consumatori produsele la care organele abilitate ori specialiştii proprii au constatat neîndeplinirea caracteristicilor prescrise, declarate sau care ar putea afecta viaţa, sănătatea, securitatea ori interesul economic al consumatorilor, dacă această măsură constituie singurul mijloc prin care se pot elimina neconformităţile respective;@
- să asigure, atât pe durata de fabricaţie, cât şi după scoaterea din programul de fabricaţie, pentru perioada cel puţin egală cu durata medie de utilizare, calculată de la data vânzării ultimelor produse, direct sau prin terţi abilitaţi, piesele de schimb aferente şi service-ul necesar produselor de folosinţă îndelungată;
- să folosească în activitatea de producţie şi depozitare spaţii corespunzătoare.@

b) distribuitorii:

- să se asigure că produsele comercializate sunt sigure şi respectă condiţiile prescrise sau declarate;
- să nu comercializeze produse despre care deţin informaţii sau consideră că pot fi periculoase;
- să anunţe, imediat, autorităţile publice competente, precum şi producătorul despre existenţa pe piaţă a oricărui produs de care au cunoştinţă că este periculos;
- să retragă de la comercializare produsele la care organele abilitate de lege au constatat că nu îndeplinesc caracteristicile prescrise sau declarate, dacă aceasta constituie singurul mijloc prin care se pot elimina neconformităţile respective;
- să asigure condiţiile stabilite de producător pe timpul transportului, manipulării, depozitării şi desfacerii produselor;

c) prestatorii de servicii:

- să folosească, în cadrul serviciilor prestate, numai produse şi proceduri sigure şi, după caz, dacă actele normative în vigoare prevăd, acestea să fie testate şi/sau certificate, şi să anunţe imediat existenţa pe piaţă a oricărui produs despre care au cunoştinţă că este periculos;
- să presteze numai servicii care nu afectează viaţa, sănătatea sau securitatea consumatorilor ori interesele economice ale acestora;
- să respecte condiţiile prescrise sau declarate, precum şi clauzele prevăzute în contracte;
- să asigure, la prestarea serviciilor nealimentare, condiţii igienice, condiţiile stabilite de producător, de actele normative în vigoare, precum şi cele specifice desfăşurării activităţi

* **PROGRAM DE PRACTICĂ** ***08,00 - 14,00***

Tutorele de stagiu:

- prezintă normele privind protecţia consumatorului la nivelul unităţii comerciale;

- prezintă modalităţile prin care se asigură respectarea drepturilor consumatorilor de a fi protejaţi la nivel de unitate ;

- cere elevilor să observe norme de protecţie a consumatorului pe parcursul activităţii şi să completeze Fişa de observare.

Elevul practicant:

- realizează sarcini individuale în unitate şi observă normele privind „Dreptul de a fi protejat ”

Tutorele de stagiu urmăreşte, evaluează activitatea elevului şi oferă feedback.

Elevul completează Fişa de observare şi Caietul de practică.

FIŞĂ DE OBSERVARE 5 (Lucrul în echipă)

- Formaţi grupe de câte patru elevi;
- Urmăriţi la unităţile de practică cele mai frecvente forme de încălcare a dreptului consumatorilor de a fi protejaţi;
- Analizaţi şi dezbateţi în grupă cauzele şi formele de manifestare;
- Completaţi apoi următoarea fişă de observare.

Care sunt produsele care prezintă abateri de la caracteristicile de calitate?	Care sunt produsele păstrate, expuse, comercializate necorespunzător ?	Care sunt practicile abuzive sesizate ?	Ce ar trebui să facă consumatorul ?



Care sunt corecţiile pe care trebuie să le facă agentul economic ?

Ziua 10

FIŞĂ DE DOCUMENTARE 10
Dreptul de a fi despagubit

DREPTUL LA DESPAGUBIRE

Dreptul consumatorilor de a fi despăgubiţi pentru pagubele generate de calitatea necorespunzătoare a produselor si serviciilor este reglementat ca drept principal în art. 3 lit. d din O.G. nr 21/1992 – privind protecţia consumatorilor, republicata, cu modificările şi completările ulterioare. Acest drept de bază îşi găseşte o reglementare extinsă în Legea nr. 240/2004 - privind responsabilitatea producătorilor pentru produsele cu defecte, modificată şi completată prin Directiva nr. 1999/34/EC a Parlamentului European şi a Consiliului actual.

În condiţiile acestei legi, producătorul răspunde atât pentru prejudiciul actual, cât şi pentru cel viitor faţă de consumator, prejudiciu cauzat de un defect al produsului scos pe piaţă.

Potrivit Legii nr. 240/2004, ***paguba*** este definită ca fiind: prejudiciul cauzat prin moartea sau vătămarea integrităţii corporale sau a sănătăţii unei persoane. Deteriorarea sau distrugerea oricărui bun, altul decât produsul cu defecte, cu condiţia ca bunul respectiv să fie, în mod normal, destinat folosinţei ori consumului privat şi să fi fost folosit, de către persoana prejudiciată pentru uz sau consum personal, iar valoarea lui să fie mai mare de 2 milioane lei (vechi) până la 1 ianuarie 2007 şi de 500 euro începând cu 1 ianuarie 2007.

Pentru a fi angajată răspunderea civilă a producătorului, legea prevede ca persoana (consumatorul) prejudiciată trebuie să facă următoarele dovezi:

- dovada pagubei;
- dovada defectului;
- dovada raportului de cauzalitate dintre defect şi pagubă.

Legea prevede ca răspunderea producătorului poate fi limitată de către instanţa de judecată în următoarea situatie: atunci când la producerea pagubei au contribuit atât defectul produsului, cât şi culpa consumatorului prejudiciat sau a altei terţe persoane. Pentru solicitarea despăgubirii, consumatorul prejudiciat are la dispoziţie nu numai aceasta lege ci şi contractul sau alte instrumente juridice. În caz de producere a unei pagube datorită unui defect de fabricaţie, consumatorul are ca temei juridic contractul pentru a-l acţiona pe producător, în situaţia în care acest lucru îl avantajează.

Pentru a se evita ocolirea respectării acestui drept de bază - dreptul la despăgubire - legea precizează că orice convenţie (contract) încheiată între producător şi consumator sau orice altă persoană beneficiară, prin care s-ar stipula o clauză care anulează răspunderea producătorului pentru eventualele defecte ale produsului său, va fi lovită de nulitatea absolută, adică nu va fi luată în consideraţie de nimeni.

Ce despăgubiri pot cere clienţii?

Reţineţi !!!

Vânzătorul este obligat prin lege să respecte obligaţiile pe care şi le asumă în ***declaraţiile publice*** *referitoare la produs (este vorba, în special, de publicitate şi etichetare).*

Clienţii pot cere despăgubiri în baza garanţiei legale prevăzute de legislaţia UE, dacă produsul:

- **nu corespunde descrierii;**
- are **caracteristici diferite** de cele ale modelului promovat sau prezentat clientului;
- nu este **apt pentru utilizare**, indiferent dacă este vorba despre utilizarea standard, sau despre o utilizare specifică, solicitată de client şi acceptată de vânzător;
- nu prezintă **calităţile şi nici randamentul normal** pentru produse de acelaşi tip;
- nu a fost **montat corect**, de vânzător sau de client, din cauza instrucţiunilor neadecvate.

Dacă vânzătorul îl informează pe client că produsul pe care intenţionează să îl vândă are anumite defecte, clientul nu poate cere despăgubiri pentru **defectele respective**.

Clienţii au dreptul, fără a suporta costuri suplimentare (costuri de livrare, cheltuieli cu manopera şi cu materialele etc.), să îi solicite vânzătorului să întreprindă una din următoarele acţiuni:

- **să repare** produsul
- **să înlocuiască** produsul
- **să reducă preţul**
- să anuleze contractul şi să le **ramburseze** integral sumele plătite (în unele ţări, contractele de vânzare nu pot fi anulate dacă defectul este minor, de exemplu o zgârietură pe ambalajul unui CD).

- **PROGRAM DE PRACTICĂ** ***08,00 - 14,00***

Tutorele de stagiu:
- prezintă normele privind despăgubirea consumatorului la nivelul unităţii comerciale;
- prezintă modalităţile prin care se asigură respectarea drepturilor consumatorilor de a fi despăgubiţi la nivel de unitate ;
- cere elevilor să observe norme de protecţie a consumatorului pe parcursul activităţii şi să completeze Fişa de observare.

Elevul practicant:
- - realizează sarcini individuale în unitate şi observă normele privind „Dreptul de a fi despăgubit ”

Tutorele de stagiu urmăreşte, evaluează activitatea elevului şi oferă feedback.
Elevul completează Fişa de observare şi Caietul de practică.

FIŞA DE OBSERVARE 6

Vi se cere să realizaţi pe parcursul activităţii de practică, o anchetă privind reclamaţiile de la agentul economic unde vă desfăşuraţi activitatea, completând tabelul de mai jos: .

Numele, prenumele, adresa reclamantului	Obiectul reclamaţiei	Documente prezentate	Soluţionarea reclamaţiei	Concluziile voastre cu privire la soluţionarea reclamaţiei

Sarcină suplimentară

Întrebaţi membrii familiei, sau în cercul de cunoştinţe dacă au fost păgubiţi în calitate de clienţi, în ce mod şi cum au procedat pentru a fi despăgubiţi.

Ziua 11

FIŞĂ DE DOCUMENTARE 11

Asigurarea calității

Analiza caracteristicilor de calitate ale produselor

Caracteristicile organoleptice ale unui produs alimentar: Ciocolata cu lapte şi ale unui produs nealimentar: Săpun de toaletă, sunt prezentate în următoarele fişe tehnologice ale produsului:

Fişă tehnologică

PRODUS	CARACTERISTICI DE CALITATE
CIOCOLATĂ CU LAPTE	**Aspectul exterior:** suprafaţă netedă, lucioasă, fără brumă de zahăr, nu exudează grăsimi, se admit mici zgârieturi şi bule pe partea inferioară
	Aspectul în secţiune: masă omogenă, mată în spărtură, fără bule de aer, fără materii prime neomogenizate
	Culoarea: uniformă în toată masa, brun deschis
	Mirosul: caracteristic aromelor şi adaosurilor, fără urme de miros străin (rânced, mărfuri chimice, cosmetice)
	Gustul: caracteristic adaosurilor, dulce, fără urme de gust străin
	Consistenţa la 18-20 °C : tare, casantă la rupere

Fişă tehnologică

PRODUS	CARACTERISTICI DE CALITATE
SĂPUN DE TOALETĂ	***Aspectul exterior:*** suprafaţă netedă, fără crăpături, asperităţi, picături de apă la suprafaţă, fără să exudeze grăsimi, muchii intacte bine definite, să nu prezintă fenomenul de clivaj
	Aspectul în secţiune: masă omogenă, fără aspect mat sau pete
	Consistenţa: nu se înmoaie la spălări repetate, nu se sfărâmă
	Mirosul: plăcut, specific adaosurilor de parfumare, fără miros străin: rânced
	Culoarea: specifică adaosurilor de colorare, pastel, uniformă în toată masa

- **PROGRAM DE PRACTICĂ** ***08,00 - 14,00***

Tutorele de stagiu:

- prezintă normele privind asigurarea calităţii la nivelul unităţii comerciale;
- prezintă modalităţile prin care se asigură respectarea drepturilor consumatorilor asigurarea calităţii la nivel de unitate ;
- cere elevilor să observe norme de asigurare a calităţii produselor şi serviciilor pe parcursul activităţii şi să completeze Fişa de observare.

Elevul practicant:

- - realizează sarcini individuale în unitate şi observă normele privind „Asigurarea calităţii ” în activitatea comercială curentă

Tutorele de stagiu urmăreşte, evaluează activitatea elevului şi oferă feedback.
Elevul completează Fişa de observare şi Caietul de practică.

ACTIVITATE PRACTICĂ :

Pe baza modelului prezentat, determinaţi caracteristicile de calitate ale unui articol de **Ciocolată cu lapte** şi ale unui articol de **Săpun de toaletă** . Comparaţi rezultatele obţinute cu cele ale unui coleg.

Denumire produs	**CARACTERISTICI DE CALITATE**	**CONCLUZII**

Denumire produs	**CARACTERISTICI DE CALITATE**	**CONCLUZII**

FIŞA DE OBSERVARE 7



Controlul calităţii mărfurilor în magazine şi depozite

1. La agentul economic unde efectuaţi stagiul de pregătire practică, observaţi activităţile* în care se realizează controlul calităţii mărfurilor.

2. După încheierea activităţii de observare, completaţi fişa de mai jos.

Cine controlează caracteristicile de calitate ale mărfurilor primite?	Când sunt controlate aceste caracteristici?	Ce se controlează ?

* ***Atenţie****: Activităţi în cadrul cărora se poate efectua observarea: recepţie produse alimentare şi nealimentare; manipulare, depozitare, desfacere produse alimentare şi nealimentare.*

Activitate practică:

Agentul economic unde desfăşuraţi instruirea practică primeşte un lot de marfă format din 50 kg pui rotisor. După efectuarea recepţiei cantitative şi calitative, lotul este supus următoarelor operaţii de pregătire pentru vânzare:

a. 10 kg sunt refrigerate, preambalate, etichetate şi expuse la vânzare în vitrine frigorifice;
b. 30 kg sunt congelate, preambalate, etichetate şi expuse la vânzare în lăzi frigorifice.

Cerinţe:

1) Prezentaţi menţiunile existente pe etichetele produselor preambalate (atât cele refrigerate, cât şi cele congelate).
2) Exemplificaţi modalitatea de înscriere a termenului de valabilitate şi durata acestuia în cele două cazuri, luând ca bază de calcul data zilei în care vă aflaţi.

Ziua 12

FIŞĂ DE DOCUMENTARE 12

Garantarea calităţii



Garanţia reprezintă o recunoaştere a faptului că produsele corespund unui anumit nivel calitativ. Responsabilităţi în garantarea produselor alimentare au producătorul şi comerciantul.

Garantarea calităţii produselor şi serviciilor se asigură prin ***termenul de garanţie*** şi ***termenul de valabilitate*.**

Termenul de garanţie este intervalul de timp stabilit de producător, în cadrul căruia remedierea sau înlocuirea produselor se realizează pe seama şi cheltuielile întreprinderii respective. Acest interval de timp începe să curgă de la data preluării produselor de către consumatorul final.

Durata medie de utilizare reprezintă intervalul de timp stabilit prin documente tehnice normative, declarat de producător sau convenit între părţi, în care produsele trebuie să-şi păstreze caracteristicile de calitate prescrise, dacă au fost respectate condiţiile de transport, manipulare, depozitare, utilizare.

Conform Hotărârii Guvernului nr. 394/1995, producătorii bunurilor de folosinţă îndelungată sunt obligaţi să acorde cel puţin termene de garanţie minime, stabilite pe grupe de produse. Durata termenului de garanţie nu poate fi mai mică de 10% din durata medie de utilizare a produsului sau a pieselor de schimb respective.

Ordonanţa Guvernului nr. 21/1992 cuprinde următoarele prevederi cu privire la termenul de garanţie aprobat de producători:

- în cadrul termenului de garanţie, consumatorii au dreptul de a pretinde agenţilor economici remedierea sau înlocuirea gratuită a produselor şi serviciilor obţinute, precum şi despăgubiri pentru pierderile suferite ca urmare a deficienţelor constatate în cadrul termenului de garanţie;
- după expirarea termenului de garanţie, consumatorii pot pretinde remedierea sau înlocuirea produselor care nu pot fi folosite potrivit scopului pentru care au fost realizate, datorită unor vicii ascunse apărute pe durata medie de utilizare a acestora;
- durata termenului de garanţie se prelungeşte cu timpul scurs de la data la care consumatorul a reclamat defectarea produsului, până la data repunerii lui în stare de funcţionare;
- când produsele nu pot fi reparate, sau când durata de nefuncţionare din cauza deficienţelor apărute depăşeşte 10% din termenul de garanţie, la cererea consumatorului produsele vor fi înlocuite de vânzător, sau acesta va restitui contravaloarea actualizată a produsului respectiv.

Termenul de valabilitate este limita de timp stabilită de producător, în care produsul poate fi consumat şi în care trebuie să-şi păstreze caracteristicile calitative prescrise, dacă au fost respectate condiţiile stabilite de transport, manipulare, depozitare şi consum.

Pe etichete sau pe ambalaje, **termenul de valabilitate** se înscrie ca:

- **dată limită de consum**: „expiră la data de...”
  “a se consuma până la data de....”
  “data expirării”
- **limită optimă de consum**: “a se consuma de preferinţă înainte de.....”
  “a se consuma de preferinţă până la sfârşitul.....”

Se înscriu: până la 3 luni - ziua, luna, anul
3-18 luni - luna, anul
peste 18 luni - anul

- **PROGRAM DE PRACTICĂ** ***08,00 - 14,00***

Tutorele de stagiu:

- prezintă normele privind garantarea calităţii la nivelul unităţii comerciale;

- prezintă modalităţile prin care se asigură respectarea drepturilor consumatorilor garantarea calităţii la nivel de unitate ;

- cere elevilor să observe norme de garantare a calităţii produselor şi serviciilor pe parcursul activităţii (termene de valabilitate, termene de garanţie) şi să completeze Fişa de observare.

Elevul practicant:

- - realizează sarcini individuale în unitate şi observă normele privind „Garantarea calităţii ” în activitatea comercială curentă

Tutorele de stagiu urmăreşte, evaluează activitatea elevului şi oferă feedback.

Elevul completează Caietul de practică.

STUDIU DE CAZ

La agentul economic unde desfăşuraţi stagiile de practică avem următoarea situaţie:

- la data de 11.04.2023 se vinde un prăjitor de pâine;
- produsul a fost verificat şi încercat în faţa cumpărătorului;
- produsul a fost utilizat conform instrucţiunilor de folosire;
- produsul se defectează în perioada de garanţie;
- cumpărătorul reclamă defectarea produsului şi înaintează produsul, certificatul de conformitate, certificatul de garanţie şi bonul fiscal vânzătorului în vederea reparării de către unitatea service specializată;
- produsul vine după 5 zile dar defecţiunea nu este reparată.

Analizaţi cazul şi precizaţi măsurile care se vor lua conform Ordonanţei Guvernului nr. 21/1992.

Ziua 13

FIŞĂ DE DOCUMENTARE 13

Cupul ambalaj – produs si protectia consumatorului

Ambalaj: un mijloc sau ansamblu de mijloace destinat să cuprindă un produs sau un ansamblu de produse, pentru a le asigura protecţia temporară din punct de vedere fizic, chimic, mecanic, biologic, în scopul menţinerii calităţii şi integrităţii acestora în starea de livrare, în decursul manipulării, transportului, depozitării şi desfacerii – până la consumator sau până la expirarea termenului de valabilitate.

Ambalaj aseptic: ambalaj lipsit de microorganisme, de microbi; sterilizat.

Ambalaj biodegradabil: ambalaj care poate fi degradat de factori biologici.

Ambalaj poluant: ambalaj care poluează aerul, apa, mediul de viaţă.

Calitate: atribut, caracteristică, proprietate, fel de a fi.

Standardul ISO 9000:2000 defineşte calitatea ca fiind: „gradul în care un set de caracteristici inerente îndeplinesc cerinţele".

În ultima perioada de timp au crescut preocupările organismelor guvernamentale şi neguvernamentale de a institui anumite sisteme de marcare ecologică a produselor pentru a preveni deteriorarea mediului înconjurător la acţiunea unor produse ale căror caracteristici au influenţe nefaste asupra apei, solului şi aerului, fie în timpul utilizării, fie după consum, sub formă de deşeuri care nu sunt biodegradabile.

În Germania s-a introdus pentru prima dată (1978) un sistem de marcare ecologică a produselor, denumit ***"Blue Angel"***, ca urmare a presiunii exercitate de consumatori. Sistemul este patronat de Asociaţia Federală a Mediului (FEA), care decide dacă un produs îndeplineşte criteriile de protecţia mediului, putând să fie înscris în catalogul "Blue Angel" şi să i se aplice marca de produs ecologic.

În Germania s-a introdus, tot pentru prima dată (1990) şi sistemul de marcare ecologică a ambalajelor, denumit **"Der Grune Punkt"**, care are ca scop gestionarea şi finanţarea colectării şi reciclării produselor.



Sistemul german de marcare ecologică a fost preluat şi de alte ţări europene precum: Franţa, Marea Britanie, Danemarca şi Olanda. Sisteme de marcare ecologică similare s-au introdus în Canada, denumit "Environmental Choise", în Japonia care a instituit "Eco-Mark", în ţările europene nordice (Norvegia, Suedia, Finlanda şi Islanda), coordonate de un consiliu.

În UE s-au adoptat mărci ecologice şi pentru **produse şi ambalaje reciclabile**. Astfel, pentru cele reciclabile se pun mărcile din figura de mai jos, în cazul în care produsul sau ambalajul conţine hârtie sau carton reciclat utilizat.* Simbolul grafic cel mai des folosit este bucla lui Mobius.



Marcarea ecologică europeană este cea mai importantă şi se aplică pe produsele alimentare, textile, hârtie, detergenţi, vopsele, produse electrocasnice şi electronice etc. Semnificaţia mărcii este impactul redus al produsului sau ambalajului acestuia asupra mediului, începând cu faza de proiectare şi până la faza postconsum.



Perioada pentru care este atribuită este de 3 ani, după care producătorul trebuie să îşi reînnoiască cererea. ***Marcarea ecologică face obiectul standardelor ISO 14.000.***

- **PROGRAM DE PRACTICĂ** ***08,00 - 14,00***

Tutorele de stagiu:
- prezintă normele privind garantarea calităţii la nivelul unităţii comerciale;
- prezintă noţiuni privind ambalajele (tipuri de materiale de ambalat, metode de ambalare, caracteristici, avantaje / dezavantaje) şi gestiunea ambalajelor la nivel de unitate ;
- cere elevilor să observe tipuri de ambalaje şi comportamentul acestora în relaţie cu proddusele şi cu mediul, marcarea ecologică şi să completeze Fişa de observare.

Elevul practicant:
- - realizează sarcini individuale în unitate şi observă cuplul ambalaj / produs şi impactul amabalajelor asupra mediului

Tutorele de stagiu urmăreşte, evaluează activitatea elevului şi oferă feedback.
Elevul completează Caietul de practică.

ACTIVITATE PRACTICĂ

Ambalajul joacă un rol important în procesul de vânzare-cumpărare, fiind denumit şi vânzătorul mut al produselor. Evaluaţi un ambalaj al unui produs, la alegere, respectând cerinţele din tabelul de mai jos.

Control	Determinări	Concluzii
aspectul ambalajului		
compatibilitate cu produsul		
prezentare atractivă		
informare		
cost		
vizibilitate		
posibilităţi de reciclare		
depozitare		
manevrare		
transport		



Aveţi nevoie de informaţii suplimentare? Puteţi căuta şi pe Internet, accesând motoare de căutare cunoscute.

AUTOEVALUARE

Discutaţi activitatea şi cu alţi colegi şi încercaţi să vă autoevaluaţi.

Pe parcursul unei săptămâni de practică, observaţi ce produse pe piaţă au marca ecologică. După încheierea activităţii de observare, completaţi fişa de mai jos.

Nr.crt	Control	Determinări	Concluzii
	Denumirea produsului		
1.	Tipul de ambalaj		
2.	Tipul de etichetă ecologică (Blue Angel, Environmental Choice, Ecomark, Nordic logo),		
3.	Eticheta ecologică europeană		

Ziua 14

ACTIVITATE PRACTICĂ

Cuplul ambalaj – produs și protecția consumatorului

Evaluează cuplul produs - ambalaj în relaţie cu cerinţele protecţiei consumatorilor şi protecţiei mediului

La agentul economic unde efectuaţi stagiul de pregătire practică, în grupe de câte 4 elevi, observaţi modul de reciclare al ambalajelor.

După încheierea activităţii de observare, completaţi spaţiile de mai jos.

1. Modul de reciclare al ambalajelor din lemn:

_____

_____

_____

2. Modul de reciclare al ambalajelor din hârtie:

_____

_____

_____

3. Modul de reciclare al ambalajelor din metal:

_____

_____

_____

4. Modul de reciclare al ambalajelor din sticlă:

_____

_____

_____

5. Modul de reciclare al ambalajelor din plastic:

_____

_____

_____

SFAT

Discutaţi activitatea de observare cu alte grupe şi încercaţi să vă autoevaluaţi

- **PROGRAM DE PRACTICĂ** ***08,00 - 14,00***

Tutorele de stagiu:

- prezintă normele privind garantarea calităţii la nivelul unităţii comerciale;

- prezintă noţiuni privind ambalajele (tipuri de materiale de ambalat, metode de ambalare, caracteristici, avantaje / dezavantaje) şi gestiunea ambalajelor la nivel de unitate ;

- cere elevilor să observe tipuri de ambalaje şi comportamentul acestora în relaţie cu proddusele şi cu mediul, marcarea ecologică şi să completeze Fişa de observare.

Elevul practicant:

- - realizează sarcini individuale în unitate şi observă cuplul ambalaj / produs şi impactul amabalajelor asupra mediului

Tutorele de stagiu urmăreşte, evaluează activitatea elevului şi oferă feedback.

Elevul completează Caietul de practică.

ACTIVITATE PRACTICĂ

Se primeşte un lot format din 30 de ambalaje colective cu lapte ultrapasteurizat. Înscrisurile de pe ambalaj ne indică:

- temperatura de păstrare înainte de deschiderea cutiei: temperatura mediului ambiant
- temperatura de păstrare după deschiderea cutiei: +2....+8^{o}C
- perioada de păstrare după deschiderea cutiei: 2-3 zile
- data fabricaţiei: 7.06.2010

Laptele este recepţionat şi expus pe rafturi.

Cerinţe:

1. Explicaţi semnificaţia termenului: “temperatura mediului ambiant”.
2. Măsuraţi, cu ajutorul unui termometru, temperatura din vitrina frigorifică a magazinului.
3. Precizaţi modificările calitative ale ambalajului de prezentare în cazul intrării în contact cu apa.



Ziua 15

EVALUARE FINALĂ

PROBĂ PRACTICĂ





TEMA PROBEI PRACTICE:

Tutorele prezintă participantului un lot de mărfuri primit de la furnizori şi cere recepţionarea lotului pregătirea pentru vânzare şi expunerea în sala de vânzare.

Cerinţe:
1. Organizează locul de muncă.
2. Sortează mărfurile primite după sortimentul din care fac parte.
3.Verifică organoleptic mărfurile primite.
4. Verifică termenul de valabilitate al mărfurilor primite şi stabileşte perioada optima de consum.
5. Confruntă cantitatea de mărfuri primită cu factura de la furnizor şi întocmeşte Nota de recepţie şi constatare de diferenţe
6. Dezambalează mărfurile şi efectuează operaţii comune şi specifice de pregătire pentru vânzare: sortare, cântărire, marcare, etichetare şi transport în sala de vânzare
7. Expune marfa, aplică elemente de etichetare la raft



Pentru proba orală
6. Prezintă sarcina realizată.
7. Defineşte termenul de valabilitate.



Grila de evaluare

Criterii de evaluare	Punctaj	Indicatori de evaluare	Punctaj pe indicator
1. Primirea şi planificarea sarcinii de lucru	30 puncte	1.1. Aplicarea procedurilor de lucru pentru organizarea locului de primire şi recepţionare a mărfurilor	12
		1.2. Alegerea instrumentelor, materialelor, documentelor pentru realizarea sarcinii de lucru	15
		1.3.Asumarea responsabilităţii pentru realizarea sarciniide lucru conform cerinţelor date	3
2. Realizarea sarcinii de lucru	50 puncte	2.1. Respectarea etapelor de realizare a sarcinii de lucru.	10
		2.2. Rezolvarea sarcinii de lucru este în conformitate conţinutul ştiinţific prezentat	20
		2.3. Folosirea corespunzătoare a legislaţiei de specialitate	10
		2.4. Respectarea normelor de sănătate şi securitate în muncă	10
3. Prezentarea sarcinii de lucru	20 puncte	3.1. Argumentarea căilor şi modalităţilor de asumare a responsabilităţii pentru sarcina de lucru rezolvată	10
		3.2. Utilizarea vocabularului de specialitate în prezentarea sarcinii de lucru	10

Fişă de evaluare a realizării sarcinii de lucru

Criterii de apreciere a performanţei:	Punctaj	
	Maxim	**Acordat**
1. Aplicarea procedurilor de lucru pentru organizarea locului de primire şi recepţionare a mărfurilor	**12**	
2. Alegerea materialelor pentru realizarea sarcinii de lucru	**15**	
3. Manifestarea spiritului civic în asumarea responsabilităţii pentru realizarea sarcinii de lucru conform cerinţelor date	**3**	
4. Respectarea etapelor de realizare a sarcinii de lucru	**10**	
5. Rezolvarea sarcinii de lucru este în conformitate conţinutul ştiinţific prezentat	**20**	
6. Folosirea corespunzătoare a legislaţiei de specialitate	**10**	
7. Respectarea normelor de sănătate şi securitate în muncă	**10**	
8. Argumentarea căilor şi modalităţilor de asumare a responsabilităţii pentru sarcina de lucru rezolvată	**10**	
9. Utilizarea vocabularului de specialitate în prezentarea sarcinii de lucru	**10**	
TOTAL	**100**	



Chestionar de satisfacție al stagiului de practică

În jurnalul de practică, elevul va completa următoarele informaţii:

1. Care sunt principalele activităţi relevante pentru modulul de practică pe care le-aţi observat saule-aţi desfăşurat ?

Activităţi observate	Activităţi desfăşurate

2. Ce ai învăţat să faci pentru atingerea competenţelor?

_____

_____

3. Care au fost activităţile practice care v-au plăcut? Motivaţi.

_____

_____

_____

_____

---

4. Ce activităţi practice nu v-au plăcut? Motivaţi.

_____

_____

_____

Observațiile tutorilor:

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Observațiile cadrului didactic:

_____

_____

_____

_____

Autoevaluare:

_____

_____

_____

_____

Nota acordată la autoevaluare_____

Nota acordată de tutori _____

Nota acordată de profesor_____

Realizat în cadrul proiectului Erasmus + 2022-1-RO01-KA121-VET-000058192

„ Experiență europeană - noi orizonturi profesionale”

Co-funded by the European Union

Finanțat de Uniunea Europeană. Opiniile şi opiniile exprimate sunt totuşi doar ale autorilor şi nu reflectă neapărat cele ale Uniunii Europene sau ale Agenţiei Executive pentru Educaţie şi Cultură (EACEA). Nici Uniunea Europeană, nici EACEA nu pot fi considerate responsabile pentru acestea.

AUTOR : Profesor economist, gr. I – Pascariu Maria

