

PLANUL NAȚIONAL DE REDRESARE ȘI REZILIENȚĂ  
Apel proiect: Granturi pentru unități de învățământ pilot. Componenta 15: Educație  
Titlul proiectului: „e RĂMNIC PILOT!”, Nr. 32.14132/10.12.2024  
Beneficiar: Consorțiu: Liceul Teoretic „Ștefan cel Mare”- Liceul Tehnologic Economic „Elina Matei Basarab”,  
Perioada de implementare: 10.12.2024 - 31.03.2026  
Valoarea totală grant alocat: 1.978,000 lei

**MINISTERUL EDUCAȚIEI NAȚIONALE  
LICEUL TEHNOLOGIC ECONOMIC „ELINA MATEI BASARAB”  
LOC. RM SĂRAT, JUD. BUZAU**

***CURRICULUM ÎN DEZVOLTARE LOCALĂ***



***“Pilotarea și implementarea antreprenoriatului sustenabil, adaptat  
specificului local, pentru domeniile Turism și alimentație,  
Economic/Comerț”***

**Profil:** *Servicii*

**Domeniul de pregătire generală:** *Economic*

**Domeniul de pregătire profesională:** *Turism-alimentație / Economic-Comerț*

**Calificarea profesională:** *-Tehnician în activități economice,*

*-Tehnician în turism,*

*- Tehnician în activități de comerț*

**Tip CDL:** Integrat

**Operator economic partener:**

**Autori,**

Prof. ing. Aparaschivei Camelia

Prof.ec. Mihalache Emil

Prof.ec.Peneoașu Margareta

## ARGUMENT

### 1. NOTĂ DE PREZENTARE

*”Aud și uit, văd și țin minte, fac și înțeleg”*

*(proverb chinezesc)*

**Domenii de pregătire profesională Economic-Comerț și Turism și alimentație**

**Calificarea profesională:** *-Tehnician în activități economice ,*

*-Tehnician în turism,*

*-Tehnician în activități de comerț.*

**Nivel de pregătire profesională:** învățământ liceal

**Numărul de ore alocat modulului:** 62 ore/an

**Clasa:** a-XI-a A, B, C Liceu Tehnologic

Curriculumul în dezvoltare locală (CDL) completează și extinde curriculumul național, completând competențele insuficient dezvoltate practic prin disciplinele clasice, precum inițiativa antreprenorială, gândirea critică, creativitatea și implicarea comunitară în procesul instructiv-educativ.

Proiectarea Curriculumului în dezvoltare locală (CDL), se bazează pe analiza riguroasă a nevoilor comunității locale în domeniul antreprenoriatului sustenabil și pe implicarea unei echipe formată din cadre didactice, elevi, antreprenori și alți reprezentanți ai comunității locale. Se pune accent pe învățarea practică, experiențială precum și învățarea bazată pe proiecte (Project Based Learning – **PBL**,) care au la bază studii de caz adaptate specificului economic și socio-cultural al zonei Râmnicu- Sărat, cu exemple și parteneriate locale.

Curriculumului în dezvoltare locală (CDL), a fost proiectat conform „Metodologia privind dezvoltarea curriculumului la decizia școlii” – Ordinul Ministerului Educației nr. *LEGEA nr. 198 din 4 iulie 2023*.

- Definirea clară a termenilor (CDS și CDL), bază legală (Legea Educației, art. 65 alin. 5
- Stabilește:
  - responsabili,
  - etape: proiectare, avizare, implementare, monitorizare și evaluare,
  - rolul consultărilor cu elevi, părinți și comunitatea,

- o necesitatea parteneriatelor cu agenți economici/autoritate locală pentru CDL, adaptat nevoilor locale dar legat de calificarea și contextul pregătirii teoretice/practice ale elevilor din liceu.

Zona Râmnicu- Sărat, are un potențial semnificativ în domeniile economice precum: turism și alimentație, economic și comerț, oferind un cadru ideal pentru dezvoltarea inițiativelor antreprenoriale sustenabile locale. Acest Curriculumul în dezvoltare locală își propune să ofere elevilor din cadrul Liceului Tehnologic Economic “Elina Matei Basarab”, noi oportunități privind îmbunătățirea abilităților, atitudinilor și a competențelor teoretice și practice, necesare pentru a identifica și valorifica, nevoia de implementare și dezvoltare a unor afaceri sustenabile și responsabile, care vor contribui la dezvoltarea durabilă a comunității locale, regionale sau naționale. Se va pune accent pe valorificarea resurselor, a tradițiilor locale dar și a nevoilor pieței comunității locale, promovând în același timp principiile eticii, responsabilității sociale și protecției mediului.

Ca și-n alte orașe mici de provincie, tinerii după absolvirea studiilor profesionale, liceale, postliceale, din lipsă de “oportunități”, părăsesc municipiul Râmnicu Sărat ceea ce are un efect negativ demografic și implicit economic. Dar o oportunitate pe care o vede toată lumea, nu mai este o oportunitate veritabilă. În realitate oportunitățile îmbracă forma unor probleme sau dificultăți care pot fi rezolvate sau soluționate în mod creativ, într-un mod cu totul nou și eficient, cum nu a mai fost realizat până în momentul de față. Ne propunem prin implementarea acestui Curriculumul în dezvoltare locală, să pregătim elevii să vadă oportunități unde majoritatea oamenilor nu le văd. Cel mai bun mod de a prevedea viitorul, este de a-l crea. La fel este și cu oportunitățile. De asemenea, ne propunem să-i motivăm puternic pe elevii noștri în asumarea responsabilității de a schița și a scrie planuri de afaceri pentru fructificarea acestor oportunități.

Acest curriculum are la bază standardele de pregătire profesională în domeniile **Economic, Comerț și Turism și alimentație** și are drept scop formarea de competențe, abilități și atitudini în vederea formării elevilor, la nivelul standardelor de pregătire profesională din domeniul Serviciilor, la cerințele economiei de piață locală, națională sau din Uniunea Europeană.

Conținuturile CDL-ului vor fi abordate într-o manieră integrată, corelată cu particularitățile de pregătire a elevilor, prin folosirea metodelor și procedeele didactice adaptate scopurilor propuse.

Utilizarea metodelor active-participative în procesul instructiv educativ, accelerează însușirea cunoștințelor, formarea abilităților și aptitudinilor, contribuind la dezvoltarea tuturor proceselor psihice.

Alegerea metodelor active-participative se realizează în funcție de conținuturile de învățare, de obiectivele propuse, de participanți, recomandat să se folosească cu metodele tradiționale.

Se vor folosi: observația, conversația, munca independentă, simularea, jocul de rol, exercițiul, care stimulează gândirea logică precum și imaginația și creativitatea elevilor. Elevilor li se va permite să aplice propriul mod de înțelegere a conținuturilor realizând: proiecte, portofolii, discuții în grup.

Acest model de curriculum oferă un nucleu de informații, un cadru de activități la clasă de care elevii au nevoie pentru a-și clădi premisele unei vieți sănătoase.

CDL-ul “Pilotarea și implementarea antreprenoriatului sustenabil adaptat specificului local pe domeniile Turism și alimentație, Economic/Comerț” este centrat pe unități de rezultate ale învățării și vizează dobândirea de cunoștințe, abilități și atitudini necesare integrării tinerilor absolvenți pe piața muncii locală sau națională, în una din ocupațiile specificate în Standardele de Pregătire Profesională, corespunzătoare calificărilor profesionale de nivel 4, sau în continuarea pregătirii într-o calificare de nivel superior.

Curriculumul de dezvoltare locală contribuie la completarea noțiunilor teoretice și practice ale elevilor, pentru piața muncii locală și națională și presupune colaborarea și depunerea eforturilor reunite ale mai multor factori implicați în procesul de educație: elevi, cadre didactice, părinți, parteneri sociali (agenți economici, instituții-organizații locale sau regionale, etc.). Opțiunea pentru o astfel de componentă a curriculumului se integrează în strategia de descentralizare, conform căreia operatorii economici din comunitate trebuie să joace un rol important în învățământul profesional și tehnic.

Modulul vizează dobândirea de competențe specifice calificărilor *Tehnician în activități economice / Tehnician în turism / Tehnician în activități de comerț* în perspectiva folosirii tuturor noțiunilor și atitudinilor în vederea practicării acestor calificări precum și în continuarea pregătirii profesionale. Activitățile practice întreprinse în școală sau în unitățile economice locale, pot fi folosite pentru completa noțiunile de bază, teoretice în domeniul de pregătire, venind ca un auxiliar pentru activitatea de bază în cele două domenii.

Întregul demers didactic depus de profesor în procesul de predare-învățare trebuie să fie focalizat pe formarea competențelor cerute de calificare. Activitatea didactică va fi riguros proiectată folosind cele mai adecvate metode și mijloace de învățământ.

Metodele utilizate au în vedere asigurarea învățării centrate pe elev, ale căror obiective sunt:

- Alegerea unor metode potrivite competențelor.
- Conștientizarea faptului că elevii au stiluri de învățare diferite.

Profesorul are libertatea de a alege metodele, tehnicile didactice și de a propune noi activități de învățare în măsură să asigure formarea competențelor specifice.

La fiecare lecție se vor folosi 2-3 metode în funcție de ce se dorește a se forma, precum și mijloacele didactice adecvate.

Se recomandă folosirea următoarelor metode: expunerea, observația, explicația, brainstorming, studiul de caz, portofoliu, problematizarea folosindu-se lucrul în echipă, individual și frontal.

### ***Rolul CDL***

Programa curriculumului de dezvoltare locală vine să completeze achizițiile anterioare cât și cele în curs prin cunoașterea și punerea în practică a activităților specifice antreprenoriatului, prezentând o importanță deosebită pentru elevi, deoarece indirect viitorul absolvent se va folosi de cunoștințele dobândite și în alte domenii, chiar dacă nu-și deschide o afacere. Astfel el poate fi un consultant sau angajat, sau pentru o persoană care dorește să își înființeze o întreprindere.

Munca unui tehnician în activități economice, în activități de comerț sau în alimentație publică și turism, necesită și utilizarea diverselor mijloace pentru a ușura munca personală cât și a întregii echipe cu care colaborează

### ***Rezultatele așteptate în urma parcurgerii modulului sunt următoarele:***

- Dezvoltarea competențelor de inițiere, gestionare și promovare a afacerilor sustenabile în domeniile: economic, turism, alimentație și comerț.
- Formarea unei atitudini responsabile față de mediu, economie și comunitate, în acord cu Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (ODD)
- Stimularea implicării civice și a colaborării cu actorii locali (antreprenori, ONG-uri, administrație).

### *Scopul CDL*

Scopul Curriculumului în dezvoltare locală este de a forma competențe antreprenoriale sustenabile și relevante pentru piața muncii locală, cu accent pe implicarea comunității din Râmnicu Sărat și pentru dezvoltarea de proiecte sustenabile, practice, adaptate domeniilor: turism - alimentație sau economic-comerț.

## **2. COMPETENȚE VIZATE**

<i>Competențe profesionale</i>	<i>Competențe transversale</i>
Inițiere și management afacere eco.	Gândire critică și creativitate.
Marketingul și vânzarea produselor locale.	Luarea deciziilor etice și responsabile.
Planificare și organizare de evenimente.	Comunicare și lucru în echipă.
Utilizarea tehnologiilor digitale.	Adaptabilitate și învățare continuă
Evaluarea impactului asupra mediului.	Participare activă în comunitate

## 2.1 CORELARE S.P.P PROIECT/ CONȚINUTURI

Rezultate ale învățării suplimentare/ Rezultate ale învățării propuse spre aprofundare/extindere			Conținuturile învățării
Rezultate ale învățării (codificate conform SPP)			
CUNOȘTINȚE	ABILITĂȚI	ATITUDINI	
<p>7.1.1. Prezentarea trăsăturilor caracteristice ale unei întreprinderi.</p> <p>7.1.2. Clasificarea întreprinderilor.</p> <p>7.1.3. Prezentarea oportunităților pentru activitățile personale, profesionale și/sau de afaceri.</p> <p>7.1.4. Descrierea oportunităților de dezvoltare a întreprinderii determinate de patrimoniul cultural local, național, european și mondial.</p> <p>7.1.5. Prezentarea importanței eticii în afaceri.</p>	<p>7.2.1. Incadrarea unei întreprinderi în conformitate cu tipologia generală.</p> <p>7.2.2. Identificarea oportunităților pentru activitățile personale, profesionale și/sau de afaceri.</p>	<p>7.3.1. Argumentarea realistă, creativă și independentă a propriilor opinii cu privire la oportunitățile sociale, economice și culturale referitoare la dezvoltarea întreprinderii.</p>	<p><b>I. Întreprinzătorul și activitatea de antreprenariat sustenabil</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Definirea întreprinzătorului și a antreprenoriatului</li> <li>Tipuri de antreprenori</li> <li>Caracteristici și aptitudini antreprenoriale în contextual comunității locale</li> <li>Elemente ale antreprenoriatului sustenabil: resurse regenerabile, eficiență energetică, eco-inovație</li> <li>Principii de economie circulară și consum responsabil.</li> </ul>
<p>7.1.6. Descrierea etapelor înființării întreprinderii.</p>	<p>7.2.3. Completarea documentelor necesare înființării unei întreprinderi, conform reglementărilor legale</p> <p>7.2.5. Aplicarea fluxurilor și sistemelor de organizare procesuală a întreprinderii.</p>	<p>7.3.2. Asumarea responsabilității privind completarea documentelor de înființare ale unei întreprinderi, cu respectarea normelor legislative.</p>	<p><b>II. Înființarea unei afaceri în domeniile Turism și Comerț local</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Identificarea ideii de afacere în turism și comerț,</li> <li>Etapele înființării unei firme,</li> </ul>

<p>7.1.9. Descrierea fluxurilor și procesele la nivelul întreprinderii.</p> <p>2.1.1. Descrierea sistemului contabil, parte a sistemului informațional economic.</p> <p>2.1.3. Prezentarea conceptului și elementelor definitorii ale obiectului și metodei contabilității.</p>	<p>2.2.1. Interpretarea conceptelor și caracteristicilor specifice sistemului contabil din România.</p> <p>2.2.4. Aplicarea reglementărilor contabile de grupare și clasificare a activelor, capitalurilor proprii, datoriilor, a veniturilor și cheltuielilor.</p>	<p>7.3.5 Asumarea la locul de munca a responsabilității pentru sarcina primită.</p> <p>2.3.1. Manifestarea receptivității în asimilarea conceptelor și trăsăturilor specifice sistemului contabil din România.</p> <p>2.3.3. Implicarea independentă și responsabilă în delimitarea activelor, capitalurilor proprii, datoriilor, a veniturilor și cheltuielilor</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Surse de finanțare (microgranturi, Start-up Nation, fonduri UE),</li> <li>• Greșeli tipice și bune practice,</li> <li>• Plan de afaceri sustenabil.</li> </ul>
<p>4.1.1. Prezentarea conceptului de calitate și a ipostazelor calității.</p> <p>5.1.5. Descrierea caracteristicilor de calitate ale produselor și serviciilor</p> <p>5.1.6. Prezentarea reglementărilor legislative privind calitatea produselor și serviciilor - standarde și metode de lucru (HACCP)</p>	<p>4.2.1. Interpretarea corectă a conceptului de calitate și a ipostazelor calității.</p> <p>5.2.5. Diferențierea caracteristicilor de calitate ale produselor și serviciilor</p> <p>5.2.6. Diferențierea tipurilor de standarde după criterii date</p> <p>5.2.7. Aplicarea principiilor HACCP la nivel de agent economic</p>	<p>4.3.1. Asumarea responsabilității în utilizarea conceptului de calitate și a ipostazelor calității.</p> <p>5.3.3. Asumarea responsabilității pentru analiza riscurilor și ținerea sub control a întregii activități la locul de muncă</p>	<p><b>III. Organizarea activității în domeniul turism și alimentație în Râmnicu Sărat</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizarea activității într-o pensiune, restaurant, food truck sau cafenea,</li> <li>• Cerințe de igienă, calitate și siguranță alimentară,</li> <li>• Crearea de pachete turistice tematice (trasee gastronomice, turism cultural rural),</li> <li>• Exemple de bune practici: brunch local, slow food, produse artisanale.</li> </ul>
<p>13.1.1. Descrierea etapelor de localizare a unității comerciale.</p>	<p>13.2.1. Determinarea ariei de atracție a unității comerciale.</p> <p>13.2.2. Analizarea punctului</p>	<p>13.3.1. Asumarea responsabilității în proiectarea independentă a unui punct de vânzare în</p>	<p><b>IV. Dezvoltarea comerțului sustenabil și a formelor moderne de vânzare</b></p>



<p>13.1.5.Descrierea particularităților tehnologice ale tipurilor de unități comerciale.</p> <p>9.1.12. Descrierea metodelor și tehnicilor de promovare.</p> <p>9.1.13. Precizarea oportunităților oferite de utilizarea Internetului în promovarea produselor.</p>	<p>de vânzare/ unității comerciale.</p> <p>13.2.3.Previzionarea vânzărilor.</p> <p>13.2.7.Analizarea particularităților tehnologice ale unităților comerciale.</p> <p>9.2.11. Aplicarea tehnicilor de promovare.</p> <p>9.2.12. Dezvoltarea creativității și aplicarea ei în diverse contexte profesionale.</p> <p>9.2.13. Utilizarea de instrumente digitale pentru a produce, prezenta și înțelege informații legate de întreprindere.</p>	<p>conformitate cu atributele dorite.</p> <p>13.3.2.Asumarea responsabilității în proiectarea independentă a unei suprafețe de vânzare în conformitate cu caracteristicile acesteia și grupele de mărfuri comercializate.</p> <p>9.3.6. Argumentarea rațională a utilizării cu responsabilitate a mijloacelor media interactive.</p> <p>9.3.7. Raportarea creativă și expresivă a propriilor puncte de vedere la opiniile altor persoane (clienții).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipuri de comerț: tradițional, online, hybrid,</li> <li>• Tehnici moderne de vânzare: e-commerce, marketplace, vânzare directă, abonamente,</li> <li>• Elemente de merchandising și design de magazin sustenabil,</li> <li>• Promovarea produselor locale în cadrul târgurilor și platformelor digitale,</li> <li>• Modele de cooperare între producători locali: cooperative, magazine de proximitate.</li> </ul>
---	--	--	---

### 3. STRUCTURA CURRICULARĂ PROPUȘĂ

#### I. Întreprinzătorul și activitatea de antreprenoriat sustenabil

◆ **Obiective:**

- Înțelegerea conceptelor de antreprenor și antreprenoriat sustenabil,
- Identificarea abilităților și atitudinilor necesare unui antreprenor în domeniul turism și alimentație, economic și comerț,
- Promovarea gândirii ecologice în inițierea unei afaceri.

◆ **Conținuturi:**

- Definierea întreprinzătorului și a antreprenoriatului
- Tipuri de antreprenori
- Caracteristici și aptitudini antreprenoriale în contextual comunității locale
- Elemente ale antreprenoriatului sustenabil: resurse regenerabile, eficiență energetică, eco-inovație
- Principii de economie circulară și consum responsabil.

◆ **Metode:** Teste de aptitudini, brainstorming, studii de caz locale, cercetare documentară.

◆ **Aplicații locale:**

- Analiza potențialului pentru turism rural/ecologic în zona Râmnicu Sărat,
- Identificarea de afaceri locale cu impact pozitiv asupra mediului.

#### II. Înființarea unei afaceri în domeniile Turism și Comerț local

◆ **Obiective:**

- Familiarizarea cu pașii necesari în inițierea unei afaceri,
- Înțelegerea etapelor de înregistrare și reglementare legală,
- Elaborarea unui plan de afaceri orientat spre sustenabilitate.

◆ **Conținuturi:**

- Identificarea ideii de afacere în turism și comerț,
- Etapele înființării unei firme,

- Surse de finanțare (microgranturi, Start-up Nation, fonduri UE),
- Greșeli tipice și bune practice,
- Plan de afaceri sustenabil.

♦ **Aplicații practice:**

- Simularea înființării unei pensiuni ecoturistice sau cafenea locală bio.
- Realizarea unui plan de afaceri real pentru o afacere locală.

### **III. Organizarea activității în domeniul turism și alimentație în Râmnicu Sărat**

♦ **Obiective:**

- Aplicarea principiilor de management în activitatea turistică și alimentație
- Promovarea serviciilor locale cu specific tradițional
- Dezvoltarea sustenabilă a afacerilor HoReCa.

♦ **Conținuturi:**

- Organizarea activității într-o pensiune, restaurant, food truck sau cafenea,
- Cerințe de igienă, calitate și siguranță alimentară,
- Crearea de pachete turistice tematice (trasee gastronomice, turism cultural rural),
- Exemple de bune practici: brunch local, slow food, produse artisanale.

♦ **Activități de învățare:**

- Vizite de studiu la pensiuni și restaurante locale,
- Proiect de promovare a unui produs culinar local în mediul online,
- Elaborarea unui meniu sustenabil folosind produse locale.

♦ **Evaluare:**

- Portofoliu cu planificarea unei afaceri din domeniul HoReCa,
- Prezentarea unei propuneri de brand local.

### **IV. Dezvoltarea comerțului sustenabil și a formelor moderne de vânzare**

♦ **Obiective:**

- Promovarea formelor moderne de comerț adaptate mediului local,
- Încurajarea digitalizării și marketingului online,
- Crearea de micro-întreprinderi comerciale sustenabile.

♦ **Conținuturi:**

- Tipuri de comerț: tradițional, online, hybrid,
- Tehnici moderne de vânzare: e-commerce, marketplace, vânzare directă, abonamente,
- Elemente de merchandising și design de magazin sustenabil,
- Promovarea produselor locale în cadrul târgurilor și platformelor digitale,
- Modele de cooperare între producători locali: cooperative, magazine de proximitate.

♦ **Aplicații practice:**

- Proiectarea unei pagini web/magazin online pentru produse alimentare locale,
- Simularea unui stand de vânzare la târguri regionale,
- Analiza unui lanț scurt de aprovizionare pentru un produs local.

♦ **Evaluare:**

- Prezentarea unui plan de marketing pentru o afacere comercială
- Realizarea unei machete de punct de vânzare sustenabil.

#### **4. Sugestii metodologice**

- Accentul se va pune pe dezvoltarea competențelor, nu doar pe acumularea de cunoștințe teoretice. Învățarea se va realiza prin proiecte, ateliere practice, studii de caz, vizite și invitați din mediul de afaceri local.
- Evaluarea se va realiza în mod continuu: portofoliu de proiect, prezentări, implicare în activități comunitare, autoevaluare și feedback colegial.

#### **Sugestie pentru utilizarea didactică a studiilor de caz:**

Fiecare studiu de caz se poate folosi ca:

- bază pentru o dezbatere - care afacere are cel mai mare impact în comunitate;
- temă de proiect ("dezvoltă o variantă locală");
- exercițiu de completare a unui miniplan de afaceri;
- suport pentru o simulare de înființare firmă/PFA.
- proiecte de grup 4-5 elevi (analiză SWOT, mini-plan de afaceri).

- simulări: cum ar promova elevii o astfel de inițiativă în comunitate.

### Recomandări pentru elevi:

- Elevii vor simula propriul *pitch* pentru un business inspirat din aceste cazuri.
- Elevii crea un **afis promoțional/ logo și slogan** pentru una dintre afaceri/ o idee similară.
- Prezentări orale cu suport vizual (poster, Power Point).
- Se pot organiza concursuri de idei cu feedback de la antreprenori locali.

## SET DE STUDII DE CAZ Seria 1

### STUDIUL DE CAZ S1– Capitolul I: Întreprinzătorul și antreprenoriatul sustenabil

#### "Casa cu Miresme" – Povestea unui antreprenor local în turism ecologic

##### Context:

Mara, o tânără absolventă de liceu economic din Râmnicu Sărat, decide să transforme casa bunicilor din satul Valea Râmnicului într-o pensiune ecologică. Pasionată de plante aromatice și gătit, ea dezvoltă un concept de turism rural cu specific gastronomic – *Casa cu Miresme*.

##### Acțiuni întreprinse:

- A aplicat pentru un microgrant prin programul Start-up Nation.
- A colaborat cu un herborist local pentru amenajarea unei grădini de plante aromatice.
- A promovat pensiunea pe platforme de turism ecologic și în social media.
- A obținut certificare pentru produse bio servite la mic dejun.

##### Elemente de sustenabilitate:

- Reciclare și compostare în gospodărie.
- Promovarea gastronomiei locale cu ingrediente de sezon.
- Colaborare cu artizani locali pentru mobilier și decorațiuni.

##### Întrebări pentru elevi:

1. Ce calități antreprenoriale a demonstrat Mara?
2. Cum a integrat sustenabilitatea în afacerea ei?
3. Ce tipuri de economie se regăsesc aici (circulară, colaborativă etc.)?

### STUDIUL DE CAZ S1– Capitolul II: Înființarea unei afaceri

#### "Brutăria de pe colț" – Un SRL-D pornit de la o rețetă de familie

**Context:**

Radu, fost elev al Liceului Economic din oraș, decide să-și deschidă o mică brutărie artizanală într-un cartier din Râmnicu Sărat. Inspirat de rețetele bunicii sale și valorile alimentației sănătoase, pornește un SRL-D cu finanțare parțială din fonduri europene.

**Etape parcurse:**

- Elaborarea unui plan de afaceri.
- Înregistrarea firmei la ONRC.
- Obținerea autorizației de funcționare DSP și DSVSA.
- Găsirea unui spațiu și achiziția de utilaje second-hand.
- Colaborare cu o firmă de marketing digital pentru lansare online.

**Provocări:**

- Birocrație și termene lungi pentru autorizații.
- Dificultatea recrutării de personal calificat.

**Întrebări pentru elevi:**

1. Ce documente a trebuit să obțină Radu pentru înființare?
2. Ce greșeli ar fi putut evita?
3. Ce ar trebui să includă în planul său de afaceri?

**STUDIUL DE CAZ S1– Capitolul III: Organizarea activității în turism și alimentație****"Festivalul Borșului cu Pește" – O inițiativă de turism culinar****Context:**

Primăria din Râmnicu Sărat, în parteneriat cu antreprenori locali, lansează un festival gastronomic anual dedicat borșului de pește, specific zonei. Evenimentul atrage vizitatori din județele limitrofe și promovează mici afaceri locale: pensiuni, restaurante, food truck-uri și standuri de artizanat.

**Măsuri de organizare:**

- Atribuirea standurilor în mod echitabil pentru producători locali.
- Reguli de igienă și sustenabilitate (fără plastic de unică folosință).
- Colțuri educative despre alimentație sănătoasă și tradiții.

**Rezultate:**

- Creștere cu 25% a rezervărilor la pensiunile din zonă.
- Colaborări între antreprenori din alimentație și turism.
- Promovarea zonei pe platforme de turism național.

**Întrebări pentru elevi:**

1. Ce resurse trebuie planificate într-un astfel de eveniment?
2. Cum contribuie festivalul la dezvoltarea durabilă?
3. Ce elemente de marketing turistic sunt evidente?

## STUDIUL DE CAZ S1 – Capitolul IV: Comerț și forme moderne de vânzare

### "Produs din Râmnic" – Un magazin online de produse locale

#### Context:

Trei absolvenți de la profil Comerț înființează o platformă online – *produsdinramnic.ro* – unde promovează și vând produse alimentare tradiționale și artizanale: miere, dulceturi, zacuscă, săpunuri handmade.

#### Strategii folosite:

- Design web modern, cu integrare de plăți și livrare prin curier.
- Social media marketing și colaborare cu influenceri locali.
- Etichete ecologice, ambalaje biodegradabile, povestea producătorului pe fiecare produs.

#### Forme moderne de vânzare implementate:

- Livrare în 24h în Râmnicu Sărat și împrejurimi.
- Serviciu de abonament „Coșul de bunătați”.
- Secțiune B2B pentru comenzi de Crăciun pentru firme.

#### Întrebări pentru elevi:

1. Ce diferențiază această afacere de un magazin clasic?
2. Cum se poate extinde platforma?
3. Ce rol joacă eticheta ecologică și storytelling-ul?

## SET DE STUDII DE CAZ – Seria 2

### STUDIUL DE CAZ S2 Capitolul I: Antreprenorul sustenabil în context educațional

#### "Tinerii Verzi din Râmnic" – Club de antreprenoriat ecologic în liceu

#### Context:

Un grup de elevi de la un liceu tehnologic din Râmnicu Sărat, pasionați de mediu și economie, înființează un club extracurricular – *Tinerii Verzi*. Scopul este de a dezvolta proiecte sustenabile în școală și comunitate.

#### Proiecte realizate:

- Mini-seră hidroponică instalată în curtea liceului.
- Stand de limonadă naturală la târguri școlare, fără plastic.

- Parteneriat cu Primăria pentru promovarea reciclării în școli.

### **Impact:**

- Elevii dezvoltă abilități antreprenoriale aplicate.
- Școala devine reper local pentru inițiative verzi.
- Elevii participă la competiții de antreprenariat regional.

### **Întrebări pentru elevi:**

1. Ce calități antreprenoriale au demonstrat elevii?
2. Cum pot transforma aceste activități într-o afacere reală?
3. Ce tip de sprijin instituțional ar fi util?

## **STUDIUL DE CAZ S2 – Capitolul II: Înființarea unei microferme urbane**

### **"Verde pe Balcon" – Producție locală de microplante**

#### **Context:**

Alina, o absolventă de profil economic, revine în Râmnicu Sărat și înființează o microfermă urbană de *microgreens* (plante tinere comestibile – rucola, ridichi, mazăre). Cultura are loc în tăvi speciale, pe rafturi, în apartamentul ei.

#### **Etape:**

- Înregistrare ca PFA.
- Curs online de agricultură urbană.
- Promovare pe rețele sociale și la cafenele locale.
- Vânzare prin coșuri săptămânale și abonamente.

#### **Valoare adăugată:**

- Produse sănătoase, fără pesticide.
- Timp scurt de cultură – cicluri de 7-10 zile.
- Zero risipă: compostarea resturilor vegetale.

### **Întrebări pentru elevi:**

1. Ce surse de finanțare ar putea accesa Alina?
2. Ce riscuri și avantaje are acest model de afacere?
3. Cum ar putea să-și extindă activitatea?

## **STUDIUL DE CAZ S2 – Capitolul III: Organizarea unei cafenele sustenabile**

### **"Zori de Râmnic" – Cafenea locală cu impact social**

**Context:**

O tânără antreprenoare din Râmnicu Sărat deschide o cafenea ce angajează tineri defavorizați și oferă produse locale de patiserie. Conceptul e „zero waste”, iar mobilierul este refolosit sau cumpărat de la ateliere sociale.

**Organizare:**

- Program flexibil pentru angajați (inclusiv elevi sau tineri cu dizabilități).
- Colaborări cu brutării locale pentru produse bio.
- Ateliere lunare de gătit sănătos și antreprenoriat pentru liceeni.

**Echipamente folosite:**

- Espresso cu consum redus de energie.
- Sisteme de filtrare reutilizabile.
- Meniu tipărit pe hârtie reciclată.

**Întrebări pentru elevi:**

1. Cum contribuie această afacere la dezvoltarea durabilă?
2. Ce indicatori de succes pot fi urmăriți?
3. Ce alte servicii ar putea integra (ex: catering, abonamente)?

**STUDIUL DE CAZ S2 – Capitolul IV: Comerț digital și rebranding local****"Piața la Ușa Ta" – Platformă digitală pentru producători locali****Context:**

Un grup de tineri IT-iști și economiști dezvoltă o aplicație mobilă în Râmnicu Sărat prin care consumatorii pot comanda legume, produse lactate, ouă, miere și conserve direct de la gospodari locali.

**Funcționalități cheie:**

- Geo-localizare a furnizorilor.
- Recenzii și rating pentru fiecare producător.
- Opțiuni de coș comun pentru comenzi săptămânale.
- Livrare ecologică cu biciclete în oraș.

**Rezultate:**

- Creșterea vânzărilor cu 40% pentru 15 gospodării locale.
- Clienți mai mulți în rândul tinerilor urbani.
- Reducerea intermediarilor și pierderilor.

**Întrebări pentru elevi:**

1. Ce tip de comerț practică această platformă?
2. Ce avantaje are modelul față de supermarketuri?
3. Cum pot fi menținuți clienții fideli?

### SET DE STUDII DE CAZ – Seria 3

#### STUDIUL DE CAZ S3 – Capitolul I: Antreprenorul sustenabil și moștenirea culturală

##### "Șezătoarea Urbană" – Atelier de creație tradițională cu viziune modernă

###### Context:

Irina, pasionată de meșteșuguri tradiționale și textile vechi, deschide în Râmnicu Sărat un atelier numit *Șezătoarea Urbană*, unde croiește haine moderne inspirate din portul popular. Promovează „moda lentă” și lucrează cu femei din mediul rural care țes și brodează manual.

###### Inițiative antreprenoriale:

- Vinde produse pe Etsy și la târguri naționale de design.
- Oferă workshopuri pentru turiști sau elevi despre cusătura românească.
- Reciclează materiale textile din haine vechi și le reintegrează creativ.

###### Sustenabilitate în afacere:

- Refuză ambalajele din plastic.
- Colaborează cu ateliere sociale pentru ambalaj.
- Promovează economia circulară și localismul cultural.

###### Întrebări pentru elevi:

1. Ce elemente de identitate locală valorifică Irina?
2. În ce fel contribuie la protejarea mediului și a patrimoniului?
3. Cum ar putea colabora cu alți antreprenori din turism?

#### STUDIUL DE CAZ S3 – Capitolul II: Înfiiințarea unei afaceri de tip food truck

##### "Gustul de Acasă" – Mic antreprenoriat mobil în alimentație

###### Context:

Ion și Maria, un cuplu de tineri din Râmnicu Sărat, transformă o rulotă veche într-un *food truck* cu mâncare tradițională reinterpretată: plăcinte cu brânză de capră, burgeri cu păstramă, supe la borcan.

###### Etape-cheie:

- Achiziționarea rulotei și renovare eco-friendly.
- Înfiiințare SRL și obținere autorizații de alimentație publică.

- Branding vizual inspirat din grafica populară.
- Turnee la festivaluri gastronomice și școlare.

### **Inovație și tradiție:**

- Meniuri sezoniere, cu ingrediente de la ferme locale.
- Servirea în recipiente compostabile.
- Reduceri pentru clienți care aduc propriul recipient.

### **Întrebări pentru elevi:**

1. Ce pași legali sunt necesari pentru funcționarea rulotei?
2. Ce surse de finanțare ar putea accesa?
3. Cum s-ar putea extinde acest model?

## **STUDIUL DE CAZ S3– Capitolul III: Organizarea unui traseu turistic educativ**

### **"Drumul Mierii din Râmnic" – Turism educativ și degustare apicolă**

#### **Context:**

Asociația Apicultorilor din zona Râmnicu Sărat, în colaborare cu un ONG educațional, lansează o rută tematică: *Drumul Mierii*. Turul include vizite la stupine, ateliere de extracție, degustări și magazine apicole.

#### **Activități oferite:**

- Tur ghidat pentru grupuri școlare sau turiști.
- Ateliere pentru copii: „cum se face ceara de albine”, „faceți-vă propria lumânare”.
- Colaborări cu pensiuni și restaurante pentru meniuri cu miere locală.

#### **Rezultate:**

- Implicarea a 8 familii de apicultori.
- Creștere de 35% a vânzărilor directe de miere.
- Dezvoltarea de pachete turistice sezoniere (primăvară – florile, toamnă – recoltare).

### **Întrebări pentru elevi:**

1. Ce presupune organizarea unui astfel de traseu?
2. Cum se integrează alimentația, turismul și comerțul în proiect?
3. Ce riscuri și ce beneficii sunt pentru apicultori?

## **STUDIUL DE CAZ S3 – Capitolul IV: Comerț cu produse eco prin cooperative locale**

## "Coșul Țărănesc Bărăgan" – Cooperativă de vânzare a produselor agroalimentare

### Context:

Un grup de producători locali din comunele din jurul Râmnicului Sărat înființează o cooperativă – *Coșul Țărănesc Bărăgan*. Obiectivul: acces direct la clienți din oraș, fără intermediari, prin comenzi online și livrare săptămânală.

### Activități comerciale:

- Platformă web simplă cu profilul fiecărui producător.
- Abonamente lunare pentru clienți (coș fix sau variabil).
- Vânzare la un magazin tip pop-up în piața centrală o dată pe săptămână.

### Inovație în vânzare:

- Introducerea codurilor QR pentru trasabilitate.
- Ambalaje refolosibile contra garanție.
- Fidelizare prin program de recomandări.

### Întrebări pentru elevi:

1. Ce forme legale pot lua aceste tipuri de cooperative?
2. Cum îmbină acest model comerțul digital cu cel tradițional?
3. Ce obstacole ar putea apărea în organizare și promovare?

### Sugestie didactică pentru profesori:

Transformă aceste studii de caz în teme de simulare:

- **Echipe de elevi** care dezvoltă mini-planuri de afaceri inspirate din aceste idei.
- Organizarea unui „**Târg al ideilor sustenabile**” unde elevii își prezintă planul în fața clasei, profesorilor și chiar antreprenorilor locali.

## SET DE STUDII DE CAZ – Seria 4

### STUDIUL DE CAZ S4 – Capitolul I: Antreprenor social în economia locală

## "Cămara din Râmnic" – Afacere de familie, cu misiune comunitară

### Context:

Familia Petrescu decide să transforme cămara bunicii într-un mic atelier pentru conservarea legumelor și fructelor locale – *Cămara din Râmnic*. Obiectivul: să creeze un brand local autentic, cu produse 100% naturale.

### Caracteristici ale antreprenorului:

- Viziune pe termen lung: păstrarea rețetelor tradiționale.
- Dorință de implicare socială: o parte din produse sunt preparate de persoane vârstnice din comunitate, cărora li se oferă o sursă suplimentară de venit.
- Orientare spre durabilitate: borcane returnabile, fără aditivi, etichete din hârtie reciclabilă.

### Rezultate:

- Produse prezente la festivaluri și în magazine locale.
- Vizibilitate crescută prin povestea de brand.
- Legături emoționale cu consumatorii din oraș.

### Întrebări pentru elevi:

1. Ce elemente definesc un antreprenor social?
2. Cum contribuie această afacere la dezvoltarea comunității?
3. Ce alte produse sau servicii ar putea include?

## STUDIUL DE CAZ S4 – Capitolul II: Înființarea unui business cu produse de patiserie artizanală

### "Pâinea din vatră" – Afacere pornită de la o pasiune

#### Context:

Cătălin, absolvent al unui liceu cu profil economic, lansează un atelier de pâine artizanală în Râmnicu Sărat, lucrând cu maia naturală și făinuri integrale de la mori locale.

#### Etapele parcurse:

- A înființat un PFA.
- A urmat un curs de brutărie artizanală.
- A închiriat un spațiu mic într-o zonă cu trafic pietonal.
- A investit în unelte de bază și un cuptor profesional.

#### Principii de business:

- Sustenabilitate: fără ambalaje inutile, livrare cu bicicletă în oraș.
- Calitate: produse preparate zilnic, fără stocuri.
- Promovare: storytelling vizual pe Instagram și TikTok.

### Întrebări pentru elevi:

1. Ce forme juridice sunt potrivite pentru un astfel de business?
2. Cum se calculează prețul de vânzare pentru un produs de nișă?
3. Ce rol joacă promovarea în social media pentru acest tip de afacere?

## STUDIU DE CAZ S4 – Capitolul III: Organizarea unei pensiuni agroturistice cu specific local

### "La Moșu' în Livadă" – Afacere de familie în turism rural

#### Context:

O familie din zona limitrofă Râmnicului Sărat transformă o gospodărie cu livadă de meri într-o pensiune mică, destinată turiștilor dornici de relaxare autentică.

#### Organizare:

- 4 camere renovate în stil rustic cu baie proprie.
- Bucătărie deschisă, unde oaspeții pot participa la gătit.
- Activități tematice: cules de mere, drumeții, ateliere de gemuri.

#### Valori adăugate:

- Alimente din gospodăria proprie.
- Pachete turistice sezoniere (toamna – cules, iarna – turta dulce și cozonaci).
- Promovare pe platforme eco-turistice.

#### Întrebări pentru elevi:

1. Ce aspecte legale trebuie respectate pentru o pensiune?
2. Cum poate fi gândită o strategie de promovare eficientă?
3. Ce servicii suplimentare ar putea atrage mai mulți turiști?

## STUDIU DE CAZ S4 – Capitolul IV: Comerț colaborativ și branding local

### "Atelierul Râmnicean" – Concept store de produse locale

#### Context:

Un grup de tineri întreprinzători creează un spațiu comun – *Atelierul Râmnicean* – un magazin unde se vând exclusiv produse realizate în zonă: ceramică, textile, săpunuri, produse alimentare, bijuterii handmade.

#### Model de afacere:

- Spațiu închiriat colectiv de 10 producători.
- Platformă online comună.
- Evenimente lunare: lansări de produs, degustări, ateliere.

#### Inovații comerciale:

- Cod QR pe fiecare produs, care trimite la povestea meșterului.
- Sistem de fidelizare: puncte de loialitate pentru cumpărători.

- Parteneriat cu licee pentru stagii de practică în vânzări.

### Întrebări pentru elevi:

1. Cum funcționează o formă de comerț colaborativ?
2. Ce beneficii aduce acest tip de afacere comunității locale?
3. Ce strategii pot fi folosite pentru a atrage și clienți din afara orașului?

### Recomandare didactică:

Această serie de studii de caz se pretează pentru activități de:

- scriere de **miniplanuri de afaceri** în echipă,
- simulări de **pitching antreprenorial** (prezentarea unei idei în fața clasei),
- **analiză SWOT** aplicată pentru fiecare caz.

## SET DE STUDII DE CAZ – Seria 5

### STUDIUL DE CAZ S5– Capitolul I: De la hobby la antreprenoriat verde

#### "Plantoteca Urbană" – Mic business cu plante de interior și educație eco

##### Context:

Delia, o tânără pasionată de plante decorative, a lansat în Râmnicu Sărat un mic atelier – *Plantoteca Urbană*. A început prin a vinde plante în ghivece refolosite și a dezvoltat un model educațional pentru grădini verticale și mini-terarii.

##### Principii antreprenoriale:

- Produse realizate cu materiale reciclate (sticle, borcane, căzi vechi).
- Ateliere în școli: „Cum ne îngrijim planta?” și „Verde în camera ta”.
- Colaborare cu cafenele pentru decor interior verde.

##### Antreprenoriat sustenabil:

- Nu folosește ambalaje din plastic.
- Plantele provin din multiplicare proprie, fără pesticide.
- Transport cu cargo-bike în oraș.

### Întrebări pentru elevi:

1. Ce model de afacere este acesta? (serviciu, produs sau mixt?)
2. Ce linii de extindere a businessului ar fi posibile?

3. Cum s-ar putea replica o astfel de idee într-un liceu?

## STUDIUL DE CAZ S5 – Capitolul II: O afacere cu gust local

### "Zacusca de la Râmnic" – Brand local de conserve de casă

#### Context:

Ana și Teodora, două prietene absolvente de liceu economic, decid să înceapă o mică afacere sezonieră cu zacuscă, ghiveci și dulceață. Au pornit cu rețetele bunicii și au testat produsele pe prieteni, înainte de a le vinde la târguri.

#### Etapele cheie:

- Înregistrare ca întreprindere individuală.
- Amenajare bucătărie conform normelor sanitar-veterinare.
- Etichete desenate manual, cu cod QR pentru povestea rețetei.
- Participare la festivaluri și colaborări cu magazine eco.

#### Lecții învățate:

- Nevoia de rigurozitate în trasabilitate și etichetare.
- Importanța testării de piață înainte de producție mare.
- Cum se construiește încrederea în produse alimentare locale.

#### Întrebări pentru elevi:

1. Ce documente și avize sunt necesare pentru un business alimentar?
2. Cum pot fi stabilite prețurile produselor artizanale?
3. Ce diferențiază acest brand de conservele din supermarket?

## STUDIUL DE CAZ S5 – Capitolul III: Organizarea unei cafenele-culturale

### "Ceainăria Lecturi și Gusturi" – Spațiu multifuncțional pentru tineri

#### Context:

Trei elevi ai unui liceu din Râmnicu Sărat propun, cu sprijinul unei asociații culturale, deschiderea unui mic spațiu care să îmbine o cafenea eco, librărie cu autori locali și zonă de evenimente pentru tineri: *Lecturi și Gusturi*.

#### Organizarea activității:

- Cafenea cu meniu de ceaiuri artizanale, sucuri naturale și gustări locale.
- Stand de carte de la edituri românești mici, cu reduceri pentru elevi.
- Seri de poezie, ateliere de jurnalism, expoziții de artă locală.

- Mobilier refolosit, lumini LED, zero plastic.

### Impact local:

- Creșterea interesului tinerilor pentru lectură și antreprenoriat.
- O alternativă sănătoasă la fast-food-uri și baruri.
- Parteneriat cu școli pentru activități extracurriculare.

### Întrebări pentru elevi:

1. Ce forme juridice poate avea un astfel de spațiu (ONG, SRL etc.)?
2. Cum se poate face un parteneriat între școală și afacere?
3. Ce tipuri de venituri alternative pot susține activitatea?

## STUDIU DE CAZ S5 – Capitolul IV: Comerț și marketing prin influenceri locali

### "Din Râmnic, cu drag" – Campanie de promovare pentru produse locale

#### Context:

O inițiativă a elevilor de la un liceu economic constă în lansarea unei pagini de Instagram și TikTok – @DinRamnicCuDrag, unde sunt promovate produse realizate de artizani și producători locali: turtă dulce, miere, ceramică, brățări.

#### Strategii comerciale folosite:

- Influenceri locali care primesc produse și le prezintă în videoclipuri.
- Postări cu „povestea meșterului” – marketing narativ.
- Comenzi prin DM și preluare de la puncte fixe din oraș.

#### Rezultate:

- Creștere de 50% în vânzările de sezon.
- Mai mulți tineri interesați să devină mici producători.
- Generare de conținut media valoros pentru oraș.

### Întrebări pentru elevi:

1. Ce instrumente digitale pot susține comerțul local?
2. Ce reguli legale trebuie respectate pentru vânzarea online?
3. Cum se măsoară impactul unei campanii de promovare?

## SET DE STUDII DE CAZ – Seria 6

## STUDIUL DE CAZ S6 – Capitolul I: Antreprenor cu impact educațional

### "Școala Gusturilor Locale" – Atelier mobil de educație alimentară

#### Context:

Elena, nutriționist și antreprenoare din Râmnicu Sărat, lansează un concept mobil: o „școală” care merge în licee și învață elevii să gătească sănătos cu produse locale – *Școala Gusturilor Locale*.

#### Activitate antreprenorială:

- A înființat un SRL axat pe educație alimentară.
- A achiziționat o rulotă echipată cu bucătărie mobilă.
- Colaborează cu școli, oferind ateliere interactive (ex: sandwich eco, smoothie local).
- Promovează alimentația fără risipă și produse de sezon.

#### Rezultate:

- 15 școli implicate într-un an.
- Elevii încep să aprecieze gătitul sănătos.
- Colaborări cu părinți și mici producători locali.

#### Întrebări pentru elevi:

1. Ce calități antreprenoriale se reflectă în această idee?
2. Cum contribuie la dezvoltarea comunității?
3. Ce alte servicii ar putea fi incluse?

## STUDIUL DE CAZ S6– Capitolul II: O afacere de familie în lactate artizanale

### "Brânza de Râmnic" – De la stână la galantar

#### Context:

Familia Vlădescu are o fermă cu capre în apropiere de Râmnicu Sărat. Cu sprijinul copiilor lor, elevi la un liceu economic, decid să treacă de la vânzarea „la poartă” la un brand propriu de brânzeturi artizanale.

#### Etape de dezvoltare:

- Înregistrarea ca SRL-D.
- Obținerea autorizațiilor DSVSA pentru procesare.
- Branding: etichete moderne, ambalaje reutilizabile.
- Participare la târguri și magazine de produse locale.

#### Sustenabilitate:

- Hrănire naturală a animalelor.



- Energie solară pentru răcitoare.
- Producție mică, de calitate.

### Întrebări pentru elevi:

1. Ce investiții inițiale sunt necesare?
2. Cum pot fi fidelizați clienții?
3. Ce rol are calitatea și trasabilitatea în vânzarea produselor lactate?

## STUDIU DE CAZ S6 – Capitolul III: Organizarea unui festival tematic pentru promovarea turismului

### "Ziua Cireșului de Mai" – Festival rural cu impact economic

#### Context:

Primăria unui sat de lângă Râmnicu Sărat, împreună cu antreprenori locali, organizează anual festivalul *Ziua Cireșului de Mai*. Scopul: promovarea livezilor de cireși, dar și atragerea turiștilor spre pensiunile și micii producători locali.

#### Componente ale evenimentului:

- Târg cu cireșe, produse de patiserie locală, dulceață.
- Concursuri pentru copii și tururi ghidate în livadă.
- Standuri cu suveniruri și obiecte artizanale.
- Promovare pe rețele sociale cu hashtaguri dedicate.

#### Impact:

- Vizitatori din 3 județe învecinate.
- Turiști cazați în pensiuni din zonă.
- Comerț local activat timp de 3-5 zile.

### Întrebări pentru elevi:

1. Ce sectoare economice beneficiază de pe urma acestui festival?
2. Cum poate fi gândit un plan de promovare eficient?
3. Ce alte produse ar putea fi lansate cu ocazia evenimentului?



## STUDIU DE CAZ S6 – Capitolul IV: Cooperativă digitală de comerț sustenabil

### "Colectiv.Râmnic" – Platformă e-commerce pentru producători locali

### Context:

Un grup de liceeni din Râmnicu Sărat creează o platformă digitală, *Colectiv.Râmnic*, prin care centralizează oferte de la producători locali: legume, pâine, brânzeturi, decorațiuni.

### Model de funcționare:

- Site tip marketplace, cu conturi individuale pentru fiecare furnizor.
- Preluare comenzi online, ridicare dintr-un punct comun.
- Design minimalist, ușor de folosit, accesibil pentru orice vârstă.

### Inovație comercială:

- Evaluări verificate pentru fiecare produs.
- Opțiune de „coș colectiv” pentru grupuri de vecini.
- Newsletter cu rețete și promoții locale.

### Întrebări pentru elevi:

1. Cum se poate înregistra legal o astfel de activitate?
2. Ce metode de promovare digitală sunt eficiente?
3. Cum se poate susține financiar o astfel de platformă pe termen lung?

## SET DE STUDII DE CAZ – Seria 7

### Studiu de caz 7 – Capitolul I: Antreprenariat social prin valorificarea patrimoniului local

#### „Tradiții în mișcare” – Atelier de meșteșuguri tradiționale pentru tineri

O asociație locală din Râmnicu Sărat organizează un atelier permanent în care elevii și tinerii din oraș pot învăța meșteșuguri tradiționale (țesut, olărit, cusut) și pot crea produse de vânzare.

- Scop: susținerea tinerilor dezavantajați social și revitalizarea patrimoniului cultural.
- Model de finanțare: fonduri europene și vânzare directă către turiști și magazine locale.
- Impact: crearea unei rețele de artiști locali și creșterea vizibilității orașului.

### Întrebări:

- Cum ajută acest proiect dezvoltarea comunității?
- Ce strategii de marketing ar putea crește vânzările produselor?

### Studiu de caz 7 – Capitolul II: Dezvoltarea unui mic business de gastronomie locală

#### „La Bunica de pe Vale” – Food truck cu mâncare tradițională

Un grup de tineri antreprenori au înființat un food truck care oferă rețete tradiționale din zona Râmnicului Sărat, adaptate pentru consum rapid și sănătos.

- Aspecte cheie: achiziția camionetei, respectarea normelor sanitare, branding specific local.
- Provocări: alegerea punctelor de vânzare, aprovizionarea cu ingrediente locale, campanii de promovare pe rețele sociale.

#### Întrebări:

- Ce avantaje și dezavantaje are acest tip de afacere?
- Cum ar putea extinde activitatea pe termen mediu?

### Studiu de caz 7 – Capitolul III: Organizarea unui serviciu turistic local

#### „Turul povestilor Râmnicului” – Ghidaj tematic pentru turiști

O echipă de ghizi locali organizează tururi tematice (istorice, gastronomice, eco-turism) în municipiul Râmnicu Sărat și împrejurimi.

- Servicii: tururi ghidate, ateliere de meșteșuguri, degustări de produse locale.
- Colaborări cu pensiuni, restaurante și autorități locale pentru pachete integrate.

#### Întrebări:

- Ce pași sunt necesari pentru autorizarea ghizilor?
- Cum pot fi atrase grupuri de turiști în extrasezon?

### Studiu de caz 7 – Capitolul IV: Forme inovatoare de comerț local

#### „Cooperativa online Râmnic” – Magazin virtual pentru artizani și mici producători

Un grup de antreprenori lansează o platformă online dedicată produselor locale, integrând și un sistem de livrare urbană cu biciclete electrice.

- Beneficii: creșterea vizibilității, reducerea costurilor de distribuție, fidelizarea clienților.
- Probleme anticipate: logistică, procesarea plăților, comunicare digitală eficientă.

#### Întrebări:

- Ce strategii digitale pot fi folosite pentru promovarea platformei?
- Cum se pot gestiona eficient returnurile și reclamațiile?

### SET DE STUDII DE CAZ – Seria 8

#### Studiu de caz S8 Capitolul I – Antreprenorul sustenabil și inovația în comunitate

#### Studiu de caz: “EcoPunct Râmnic” – Centru de reciclare și schimb de obiecte

Context: Doi frați liceeni, pasionați de mediu, înființează un spațiu comunitar unde cetățenii pot aduce obiecte pe care nu le mai folosesc (câni, cărți, haine, mobilier mic), iar alții le pot lua gratuit sau contra unei donații simbolice.

Elemente-cheie:

- Funcționează într-un spațiu oferit gratuit de primărie.
- Colaborare cu școlile pentru ateliere de recondiționare (mobilier, decorațiuni).
- Se autofinanțează prin donații, sponsorizări și evenimente caritabile.

Întrebări pentru elevi:

- De ce este considerat un exemplu de antreprenoriat sustenabil?
- Ce beneficii aduce orașului?
- Cum s-ar putea extinde un astfel de concept?

## Studiu de caz s8 Capitolul II – Înființarea unei afaceri: de la idee la implementare

### Studiu de caz: “Bucătăria Bunicii” – Atelier de gătit pentru copii și seniori

Context: O profesoară pensionară din Râmnicu Sărat își transformă casa într-un mic atelier de gătit, unde copii și bunici gătesc împreună rețete tradiționale. Ulterior, produsele sunt vândute la târgurile locale.

Etape de dezvoltare:

- Înregistrare ca întreprindere individuală.
- Obținerea avizelor DSVSA și colaborare cu direcția de sănătate publică.
- Promovare în școli și pe rețele sociale.

Întrebări pentru elevi:

- Ce tip de plan de afaceri ar fi potrivit?
- Care sunt sursele posibile de finanțare?
- Cum se asigură sustenabilitatea financiară a proiectului?

## Studiu de caz s 8 Capitolul III – Organizarea activității în turism și alimentație

### Studiu de caz: “Drumul Covrigului de Râmnic” – Traseu gastronomic urban

Context: O firmă de turism din Râmnicu Sărat creează un traseu pietonal care unește cele mai vechi brutării din oraș, prezentând povestea covrigului tradițional râmnicean și oferind degustări și rețete vechi.

Structura traseului:

- Vizită la 3 brutării istorice.
- Ghidaj cu povești locale, istoria orașului și a comerțului cu grâu.
- Ateliere de modelare și coacere pentru turiști.

### Întrebări pentru elevi:

- Cum poate fi integrat un astfel de traseu în oferta turistică a orașului?
- Ce instituții ar putea sprijini proiectul?
- Cum poate fi dezvoltat în extrasezon?

### Studiu de caz s8 Capitolul IV – Comerț sustenabil și forme moderne de vânzare

#### Studiu de caz: “FructBox Râmnic” – Serviciu de livrare de fructe locale la birouri și școli

Context: Trei elevi ai unui liceu economic creează un start-up ce oferă livrare de fructe proaspete, provenite de la producători din jurul orașului, în școli, birouri și instituții publice.

#### Model de funcționare:

- Clienții aleg un abonament săptămânal.
- Coșul conține 4-5 tipuri de fructe, în funcție de sezon.
- Folosesc ambalaje returnabile și livrează cu biciclete electrice.

### Întrebări pentru elevi:

- Ce tip de platformă de comerț digital ar fi potrivită?
- Cum poate fi monitorizată satisfacția clienților?
- Ce campanie de promovare ar funcționa cel mai bine?

*Sugestie: Elevii pot fi organizați în echipe și provocați să creeze un „Business Model Canvas” pentru fiecare caz.*

### SET DE STUDII DE CAZ – Seria 9

#### Studiu de caz S9 Capitolul I – Antreprenorul și misiunea ecologică în comunitate

#### Studiu de caz: “Verde pe Strada Mare” – Magazin refill pentru produse de igienă și întreținere

**Context:** Andrei, un tânăr antreprenor din Râmnicu Sărat, deschide un magazin cu produse lichide vrac: detergenți biodegradabili, săpunuri, șampoane, produse de curățenie. Clienții aduc propriile recipiente și plătesc la mililitru.

#### Elemente-cheie:

- Furnizori exclusiv locali sau regionali.
- Campanii de conștientizare în școli privind reducerea plasticului.
- Colaborare cu brutării și cafenele locale pentru extinderea principiului refill.

### Întrebări pentru elevi:

- Ce nevoi ale comunității satisface această afacere?
- Ce calități antreprenoriale sunt evidențiate?
- Cum poate deveni acest model replicabil?

## Studiu de caz S9 Capitolul II – Înființarea unei afaceri creative în alimentație

### Studiu de caz: “Râmnic la Borcan” – Linia de produse ready-to-eat cu gust tradițional

Context: O echipă de patru prieteni pasionați de gastronomie lansează o linie de mâncare la borcan inspirată de rețetele din Râmnicu Sărat: tocană de legume, pui cu sos de prune, ciorbă de fasole.

#### Etape:

- Închirierea unui spațiu HACCP-ready.
- Colaborare cu gospodine pensionare pentru rețete autentice.
- Etichete prietenoase, branding atractiv, rețele sociale active.

#### Întrebări pentru elevi:

- Ce segment de piață ar fi interesat de astfel de produse?
- Ce riscuri implică o astfel de afacere alimentară?
- Cum se calculează profitabilitatea unui produs la borcan?

## Studiu de caz S9 Capitolul III – Organizarea unui restaurant comunitar

### Studiu de caz: “Cuibul Gusturilor” – Bistrou cooperativ cu produse locale

**Context:** Un grup de fermieri, brutari, apicultori și meșteșugari deschid un mic bistrou cooperativ în centrul orașului, unde clienții pot consuma meniuri din produse locale sau le pot achiziționa din mini-băcănia integrată.

#### Activități organizatorice:

- Planificarea furnizării constante de materie primă.
- Meniuri sezoniere, cu accent pe alimente bio.
- Seri tematice: “cina țaranului”, “brunch de weekend”, “seară de jazz și gusturi”.

#### Întrebări pentru elevi:

- Cum se organizează eficient o afacere cooperativă?
- Ce tip de personal este necesar într-un bistrou comunitar?
- Cum poate fi promovat acest model în rândul tinerilor?

## Studiu de caz S9 Capitolul IV – Comerț modern și experiențial

**Studiu de caz: “Târgul digital de weekend”** – Platformă de vânzare live streaming cu producători locali

**Context:** O firmă IT din Râmnicu Sărat colaborează cu Asociația Micilor Producători pentru a crea o platformă unde, în fiecare weekend, se organizează vânzări live online. Producătorii intră în direct, prezintă produse, răspund la întrebări și preiau comenzi în timp real.

**Detalii tehnice:**

- Folosesc platforme gratuite (YouTube Live, Facebook Live) integrate în site-ul principal.
- Interactivitate: comentarii, sondaje, degustări filmate.
- Livrare locală în 24h cu flotă proprie.

**Întrebări pentru elevi:**

- Ce diferențiază această formă de vânzare de comerțul clasic?
- Ce competențe sunt necesare pentru a administra o astfel de platformă?
- Ce probleme ar putea apărea și cum pot fi prevenite?

*Sugestie: Elevii pot fi împărțiți în grupuri și provocați să creeze o mini-campanie de promovare pentru una dintre ideile de mai sus (nume, siglă, slogan, afiș, plan de social media).*

**SET DE STUDII DE CAZ – Seria 10**

**Studiu de caz S10 Capitolul I – Antreprenorul local și responsabilitatea față de mediu**

**Studiu de caz: “Atelierul Verde”** – Spațiu creativ de recondiționare mobilă

**Context:** Vlad, un tânăr antreprenor din Râmnicu Sărat, pasionat de tâmplărie și ecologie, creează un atelier mobil (furgonetă transformată) cu care merge prin școli și comunități pentru a recondiționa obiecte de mobilier vechi împreună cu elevii.

**Elemente de sustenabilitate:**

- Refolosește materiale recuperate (lemn, piele, metal).
- Oferă instruire practică pentru tineri interesați de meserii verzi.
- Promovează economia circulară și DIY-ul local.

**Întrebări pentru elevi:**

- Cum se pot atrage sponsori sau parteneri pentru o astfel de inițiativă?
- Ce calități antreprenoriale sunt evidențiate de Vlad?
- Cum poate deveni atelierul o afacere profitabilă și educativă?

**Studiu de caz S10 Capitolul II – Înființarea unei afaceri educative în alimentație**

### **Studiu de caz: “Căsuța Gusturilor” – Mini-brutărie pedagogică pentru copii**

Context: O învățătoare și o cofetară din Râmnicu Sărat amenajează într-un spațiu de tip container o mini-brutărie unde copiii pot învăța despre pâine, frământă aluat și prepară produse de panificație.

#### **Pași urmați:**

- Crearea unui SRL cu activitate mixtă (alimentație + educație).
- Achiziționarea de echipamente adaptate pentru copii.
- Colaborări cu grădinițe, școli și ONG-uri.

#### **Rezultate:**

- Peste 200 de copii participanți în primul an.
- Proiecte educative despre alimentație sănătoasă și meserii tradiționale.

#### **Întrebări pentru elevi:**

- Ce autorizări sunt necesare într-o astfel de afacere?
- Care este publicul țintă și cum se ajunge la el?
- Cum se poate extinde acest model în alte orașe?

### **Studiu de caz S10 Capitolul III – Organizarea unui program turistic cu specific sezonier**

#### **Studiu de caz: “Toamna în Râmnic” – Circuit turistic gastronomic de weekend**

Context: O agenție de turism și mai mulți producători din zona Râmnicu Sărat creează un program de weekend în lunile octombrie–noiembrie care include:

- Vizite la livezi și mustării.
- Gătit la ceaun în curtea pensiunilor.
- Seară cu muzică tradițională și povești din sat.
- Standuri de produse (țuică, zacuscă, prăjituri de casă).

#### **Organizare:**

- 2 zile cu program complet pentru grupuri de 10–15 persoane.
- Cazare la pensiuni locale.
- Pachete personalizate și transport inclus.

#### **Întrebări pentru elevi:**

- Ce parteneri sunt necesari pentru implementarea acestui pachet?
- Cum poate fi promovat eficient pe rețele sociale?
- Ce beneficii aduce comunității?

## Studiu de caz S10 Capitolul IV – Comerț alternativ: piața mobilă

### Studiu de caz: “Piața Micilor Producători” – Tarabe itinerante în cartiere

**Context:** Primăria Râmnicu Sărat și Asociația Fermierilor Locali creează un program de tip „piață mobilă” care se mută zilnic într-un alt cartier al orașului. Trei rulote dotate cu teighele permit fermierilor să-și vândă legume, lactate, ouă, produse de panificație direct către cetățeni.

#### Caracteristici:

- Vânzare fără intermediari, prețuri corecte.
- Program anunțat online și prin afișe în cartiere.
- Posibilitate de comandă online cu ridicare din rulote.

#### Întrebări pentru elevi:

- Cum contribuie această inițiativă la comerțul sustenabil?
- Ce metode de plată moderne pot fi introduse?
- Cum se gestionează logistica rulotelor (aprovizionare, transport, autorizații)?

## SET DE STUDII DE CAZ – Seria 11

### Studiu de caz S11 Capitolul I – Antreprenorul ca inovator local

**Studiu de caz: „Gospodăria Inteligentă”** – Transformarea unei ferme tradiționale într-un model ecologic

**Context:** O familie din apropiere de Râmnicu Sărat decide să modernizeze ferma tradițională folosind tehnologii prietenoase cu mediul: panouri solare, sisteme de irigare cu senzori și colectare de apă de ploaie. Pe lângă producția de legume, ferma devine un punct educativ pentru elevi și vizitatori.

#### Elemente de sustenabilitate:

- Trasee educative despre agricultură ecologică.
- Ateliere pentru elevi despre reciclare și alimentație sănătoasă.
- Livrare săptămânală de coșuri cu legume în oraș.

#### Întrebări pentru elevi:

- Ce rol joacă inovația într-un business sustenabil?
- Cum pot fi atrași parteneri instituționali sau sponsori?
- Cum contribuie această fermă la educația comunității?

### Studiu de caz S11 Capitolul II – Înființarea unui business de tip take-away sănătos

### **Studiu de caz: „Cutia cu Gust” – Mâncare sănătoasă la pachet pentru liceeni**

**Context:** Două surori din Râmnicu Sărat lansează un punct de vânzare lângă un liceu, unde oferă meniuri de prânz sănătoase (salate, sandvișuri, deserturi cu fructe), special create pentru elevi.

#### **Etape-cheie:**

- Înregistrare PFA și autorizare sanitar-veterinară.
- Meniu adaptat bugetului și nevoilor nutriționale ale elevilor.
- Ambalaje biodegradabile și reduceri pentru clienți fideli.

#### **Întrebări pentru elevi:**

- Ce plan de afaceri ar putea fi creat pentru extinderea acestei idei?
- Cum pot fi convinși părinții să sprijine această inițiativă?
- Ce influență poate avea asupra stilului de viață al elevilor?

### **Studiu de caz S11 Capitolul III – Organizarea unui eveniment de promovare a turismului**

#### **Studiu de caz: „Ziua Gustului Râmnicean” – Festival de gastronomie și cultură locală**

**Context:** În parteneriat cu liceele din oraș, antreprenori locali și autorități, se organizează un festival în centrul orașului în care elevii, bucătari locali și mici producători își prezintă mâncăruri și produse tradiționale.

#### **Activități:**

- Standuri gastronomice, concursuri culinare, ateliere live de gătit.
- Trasee ghidate în oraș cu degustări tematice.
- Promovare intensă pe rețele sociale și prin elevi-voluntari.

#### **Întrebări pentru elevi:**

- Ce sarcini sunt necesare pentru organizarea unui astfel de festival?
- Cum poate fi implicat mediul școlar în eveniment?
- Ce impact are asupra turismului și comerțului local?

### **Studiu de caz S11 Capitolul IV – Comerț sustenabil în sistem de abonament**

#### **Studiu de caz: „Cafeluța de Dimineață” – Pachet zilnic de mic dejun livrat la domiciliu**

**Context:** Un tânăr antreprenor din Râmnicu Sărat creează un serviciu prin care livrează mic dejun sănătos în fiecare dimineață la domiciliile clienților: cafea, smoothie, brișă sau sendviș, toate realizate cu produse locale.

#### **Model de business:**

- Abonamente lunare, cu reduceri pentru elevi, profesori și angajați publici.
- Produse livrate în recipiente reutilizabile.
- Promovare online și prin recomandări.

### Întrebări pentru elevi:

- Ce tip de organizare este necesară pentru logistica acestui serviciu?
- Cum pot fi motivați clienții să opteze pentru ambalaje reutilizabile?
- Ce parteneriate ar putea susține creșterea afacerii?

*Sugestie: Folosiți aceste studii ca punct de plecare pentru proiecte integrate (economie, educație antreprenorială, TIC și dezvoltare durabilă).*

### FIȘE DE ANALIZĂ – STUDII DE CAZ

- ◆ Fișa de analiză – Capitolul I: Întreprinzătorul și activitatea de antreprenoriat sustenabil

Titlul studiului de caz: \_\_\_\_\_

1. Cine este antreprenorul descris în studiu? (nume, vârstă, context)

\_\_\_\_\_

2. Ce problemă locală sau nevoie comunitară a identificat?

\_\_\_\_\_

3. Ce soluție antreprenorială a propus?

\_\_\_\_\_

4. Ce calități și competențe a demonstrat antreprenorul? (bifează)

Responsabilitate socială     Perseverență     Spirit de inițiativă     Curaj  
 Creativitate

5. În ce fel este sustenabilă afacerea? (bifează)

Are impact educațional     Creează locuri de muncă     Folosește resurse locale  
 Reduce poluarea

6. Ce idei noi ai propune pentru a îmbunătăți inițiativa?

7. Ai dori să pornești o afacere similară? De ce?

Fișa de analiză – Capitolul II: Înființarea unei afaceri

Titlul studiului de caz: \_\_\_\_\_

1. Care a fost ideea de afacere?
2. Ce tip de structură juridică ar fi potrivită pentru această activitate?  
 Altul: \_\_\_\_\_  ONG  Cooperativă  SRL  PFA
3. Enumerați 3 pași concreți realizați în procesul de înființare:  
  - \_\_\_\_\_
  - \_\_\_\_\_
  - \_\_\_\_\_
4. Care au fost principalele provocări?
5. Ce surse de finanțare au fost utilizate sau ar putea fi utilizate?  
 Sponsori locali  Investitori  Granturi UE  Program Start-up Nation  
 Economii proprii
6. Ce documente legale sunt necesare pentru un business în alimentație/comerț?
7. Ce ai face diferit dacă ai înființa o afacere similară?

### Fișa de analiză – Capitolul III: Organizarea activității în turism/alimentație

Titlul studiului de caz: \_\_\_\_\_

1. Ce tip de afacere turistică sau alimentară este prezentată?  
 Altul: \_\_\_\_\_  Atelier gastronomic  Restaurant  Food truck  
 Cafenea  Pensiune
2. Cum este organizată activitatea? (menționează minimum 3 aspecte: spațiu, personal, furnizori etc.)  
  - \_\_\_\_\_
  - \_\_\_\_\_
  - \_\_\_\_\_
3. Cum se asigură calitatea serviciilor oferite?  
\_\_\_\_\_
4. Ce tip de public țintă are afacerea?  
 Corporatiști  Seniori  Familii  Elevi/studenti  Turiști   
Localnici

5. Ce măsuri de sustenabilitate au fost implementate?  
 Reutilizare     Energie verde     Reducerea risipei     Ambalaje eco     Alimente locale
6. Propune o idee nouă care să atragă mai mulți clienți.

Fișa de analiză – Capitolul IV: Forme moderne de comerț și vânzare

Titlul studiului de caz: \_\_\_\_\_

1. Ce formă de comerț este prezentată?  
 Piață mobilă     Vânzare directă     Platformă digitală     Comerț online  
 Magazin fizic
2. Ce produse/servicii sunt comercializate?
3. Ce metode moderne de promovare se folosesc?  
 Evenimente live     Coduri QR     Newsletter     Influenceri     Social media
4. Ce modalități de plată acceptă afacerea?  
 Tichete     Portofel electronic     Online banking     Card     Numerar
5. Ce probleme ar putea apărea în activitatea comercială? (ex: logistică, retururi, stocuri)
6. Cum s-ar putea extinde afacerea în următorii 2 ani?
7. Ai cumpăra produse de la o astfel de afacere? De ce?

### 5. Adaptarea la specificul local Râmnicu- Sărat

- Identificarea resurselor locale: tradiții culinare, potențial turistic, produse artizanale, inițiative de economie socială.

- Colaborare cu antreprenori locali pentru mentorat și stagii de practică.
- Promovarea patrimoniului și a valorilor locale ca sursă de inspirație pentru afaceri sustenabile.

## **6. Exemple de activități practice**

- Organizarea unui târg de produse locale (alimentație, artizanat, turism),
- Crearea unui mini-ghid turistic online cu accent pe sustenabilitate,
- Simulări de afaceri și concursuri de idei antreprenoriale verzi

## **7. Resurse și parteneriate**

- Colaborare cu ONG-uri, firme locale, administrație publică, asociații de promovare turistică.
- Utilizarea platformelor digitale pentru promovarea proiectelor elevilor.
- Acces la materiale și exemple din proiecte naționale și europene de antreprenariat sustenabil.

## **8. Evaluare și îmbunătățire**

- Audit periodic al curriculumului, cu implicarea elevilor și a comunității.
- Adaptarea conținutului și a metodelor la feedback-ul primit și la evoluția pieței locale.
- Procesul de evaluare va avea în vedere gradul de însușire a competențelor. Profesorul are libertatea de a alege metodele și tehnicile didactice și de a propune noi activități de învățare în măsură să asigure formarea competențelor specifice.
- Evaluarea poate fi:
  - -În timpul parcurgerii CDL-ului prin forme de verificare continuă a rezultatelor învățării: probe orale, scrise, practice.
  - -Finală –realizată printr-o lucrare cu caracter aplicativ și integrat la sfârșitul procesului de predare/învățare și care informează asupra îndeplinirii criteriilor de realizare a cunoștințelor, abilităților și atitudinilor.
- Metodele de evaluare utilizate, beneficiază de o serie de instrumente care trebuie elaborate în corelare cu criteriile de performanță și cu probele de evaluare introduse de standardul de pregătire profesională.
- Se propun următoarele instrumente de evaluare:

- \*Continuă:
- -fișe de observație
- -fișe de lucru
- -fișe test
- - fișe de autoevaluare
- -teste de verificare a cunoștințelor cu diferite tipuri de itemi
- \*Finală:
- -proiectul, portofoliu.
- O evaluare eficientă trebuie:
- -să arate profesorului dacă au fost atinse obiectivele propuse
- -să ajute profesorul să facă o diagnoză a progresului înregistrat de elevi
- Orice instrument de evaluare proiectat, administrat, cercetat de profesori constituie proba de evaluare care are ca elemente de evaluare itemii.

### **Concluzie:**

Un Curriculumul în dezvoltare locală pe tema pilotarea și implementarea antreprenoriatului sustenabil adaptat specificului local, aplicat elevilor din Liceul Tehnologic Economic “Elina Matei Basarab” din Râmnicu Sărat, trebuie să fie practic, relevant, să valorifice resursele locale și regionale, să pregătească elevii pentru provocările reale ale economiei circulară și ale comunității locale din care fac parte.

## BIBLIOGRAFIE

1. Predarea antreprenoriatului în școlile vocaționale –abordare experiențială –manual autori dr. Tine Nagy și dr. Blanca Tacer , 2018, editura Step Institute Slovenia
2. <https://www.isjgorj.ro/wp-content/uploads/2013/02/Ghid-CDS.pdf>
3. <https://eungureanu.ro/economic-empowerment-project/>
4. <https://www.antreprenoring.tuiasi.ro/wp-content/uploads/2022/11/Anexa-7.-Curs-competente-educationale-ANTREPRENORIAT-SUSTENABIL.pdf>
5. <https://www.antreprenoring.tuiasi.ro/wp-content/uploads/2022/11/Anexa-6.-Curs-de-competente-antreprenoriale-AFACERI-DIGITALE.pdf>