

# EDUCAȚIE ANTREPRENORIALĂ

## **-SUPPORT DE CURS-**

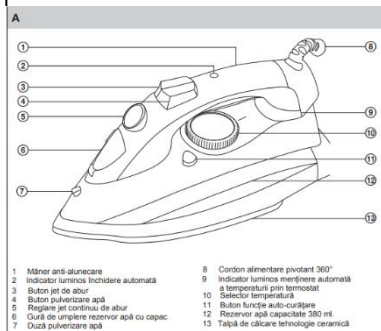
Clasele: a X-a LICEU și a XI-a Școala profesională

**PROF. CALANCE MĂDĂLINA**

An școlar 2020-2021, Semestrul II

# FIȘA I: ELEMENTELE COMPONENTE ALE PRODUSULUI

## COMPONENTE CORPORALE (din ce e alcătuit produsul, cum este ambalajul?)



**FIER DE CĂLCAT  
SILVERCREST**

(ofertă LIDL)

### TEMĂ:

Alegeți-vă un produs și detaliați elementele componente ale produsului după acest exemplu (având explicațiile din manual/ fișa precedentă). Nu trebuie să fie o descriere asemănătoare cu aceasta. Mi-aș dori doar să surprindeți detaliile esențiale! **SUCCES!**

## COMUNICAȚII PRIVITOARE LA PRODUS

Caracteristici generale Termostat fără trepte: da Cablu de rotație: 360 °  
Dimensiuni: 38x30x26 cm

Model: 1750 C3 (Purple) Nr: 4260018039492

Producător: SilverCrest

Caracteristici generale Putere (W): 1750 Tip talpa: oțel inoxidabil

Capacitatea rezervor de apă (ml): 220 Abur reglabil: da

Funcții speciale: sistemul de auto-curățare Suplimentar

Culoare: violet

Lungime cablu (m): 1.9

Greutate (kg): 0.7

Se vinde în cutie de carton, însoțit de manual de utilizare!

## COMPONENTE ACORPORALE

Marca: SILVERCREST

PREȚ: 79,99 lei

Instrucțiuni de utilizare:

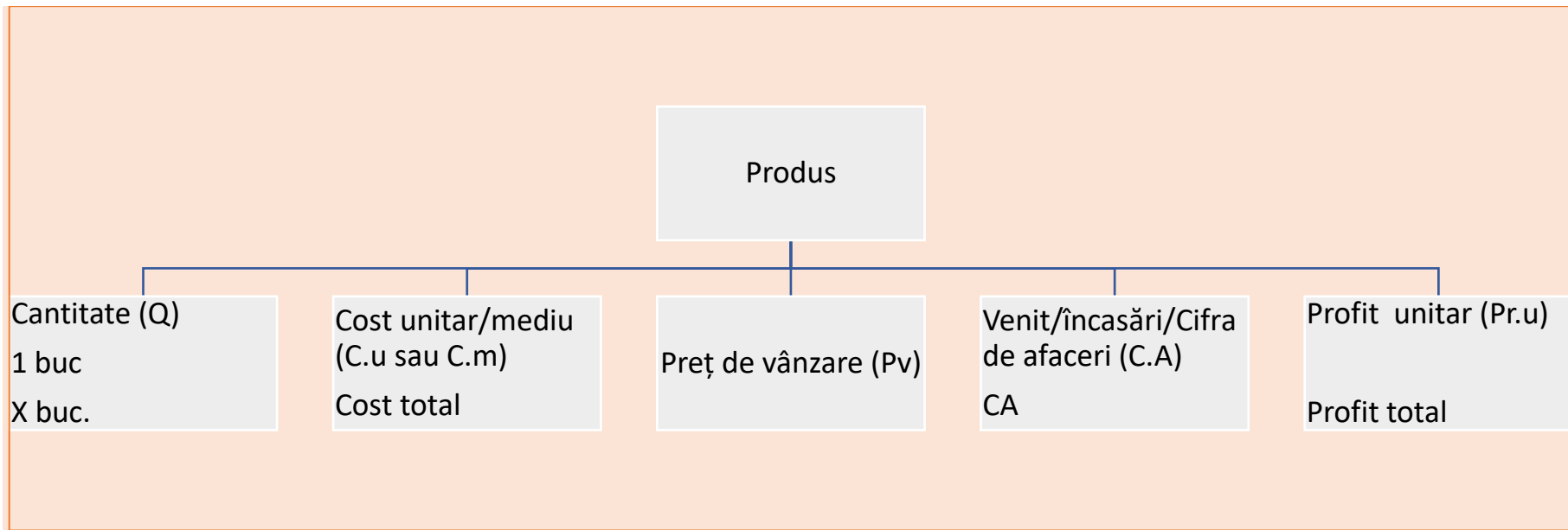
SIMBOL	TIP DE MATERIAL	TEMPERATURA RECOMANDATĂ
	Sintetice (nylon, poliamidă, polieșter etc.)	• Temperatură scăzută
	Mătase - lână	•• Temperatură medie
	Bumbac	••• Temperatură ridicată
	ln	MAX Temperatură maximă
	Materiale care nu se calcă.	

## IMAGINEA PRODUSULUI (reclamă la TV, în catalogul LIDL, reclamă la locul vânzării)

Ce cred cumpărătorii despre produs? Este o marcă de lux?  
Este un produs performant? Este scump/ieftin?

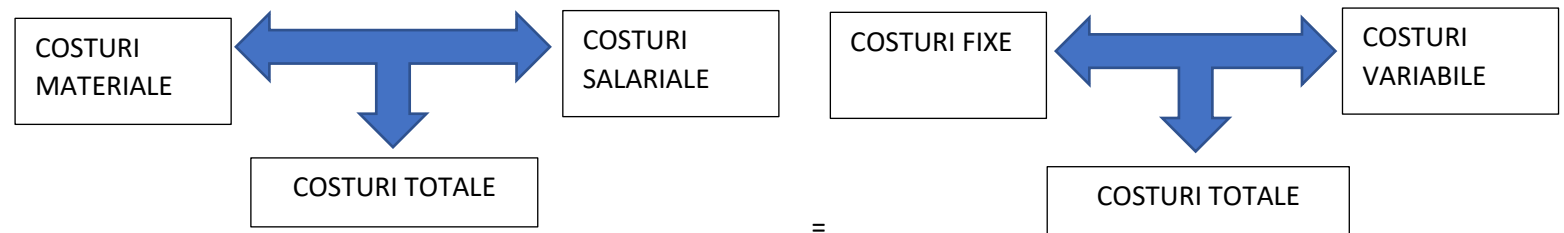


**FIȘA II: VENIT - COST – PROFIT (notează schema în caiet!)**



**K=CAPITAL**

- social
- tehnic (fix și circulant)



**FIȘA III**  
**COSTURILE DE PRODUCȚIE**

<b>COSTURI</b>	<b>COSTURI FIXE (CF)</b>	<b>COSTURI VARIABLE (CV)</b>	<b>COST TOTAL (CT)</b>
Costuri materiale (C mat)	A și Kc (combustibil pentru încălzire, energie pentru iluminat)	Kc (materii prime, materiale, energie pentru producție)	<b>C mat totale</b>
Costuri salariale (C sal)	Salarii indirecte (Si)	Salarii directe (Sd)	<b>C sal totale</b>
Alte cheltuieli	Dobânzi, chirii etc.		<b>Total alte cheltuieli</b>
<b>COST TOTAL</b>	<b>CF totale</b>	<b>CV totale</b>	<b>CT</b>

**Formule (de notat în caiet):**

$$A = \frac{Val.K.fix}{T.A} \quad (A = \text{amortizarea anuală}; T.A = \text{termenul de amortizare în ani})$$

Capital fix (Kf)= mașini, clădiri, construcții;

Capital circulant (Kc)=materii prime, materiale, combustibil, energie, apă;

$$CT = C \text{ mat} + C \text{ sal}$$

$$C \text{ mat} = A + Kc \quad (\text{unde } Kc \text{ poate fi fix sau variabil})$$

$$C \text{ sal} = Si + Sd$$

$$CT = CF + CV$$

$$CF = A + Kc \text{ fix} + Si + \text{Alte cheltuieli (dobânzi, chirii etc.)}$$

$$CV = Kc \text{ variabil} + Sd$$

$$\text{Cost mediu/unitar: } C_m \text{ sau } C_u = \frac{CT}{Q}, \text{ unde } Q = \text{volumul producției /producție/bucăți}$$

$$CA = P_v * Q$$

Cifra de afaceri = Prețul de vânzare \* volumul producției

*Alte denumiri: Venit total; Încasări totale*

$$Pr = CA - CT$$

Profitul= Cifra de afaceri - Costul total

$$\text{Profit mediu/unitar: } Pr_u = \frac{Pr}{Q}$$

Rata profitului:

$$R_{Pr} = \frac{Pr}{CA} \cdot 100 \quad R_{Pr} = \frac{Pr}{CT} \cdot 100 \quad R_{Pr} = \frac{Pr}{K_{ut}} \cdot 100$$

## FIȘA IV

### REZOLVĂ următoarele probleme:

1. Cifra de afaceri a unei firme este de 5000 de lei. Costul total este de 3000 de lei. Cantitatea vândută = 100 de bucăți. Care este prețul de vânzare? Calculați masa profitului!

2. O firmă produce 2000 de cutii de carton, la costul unitar de 1 leu. Cifra de afaceri obținută este de 2500 de lei. Calculați rata profitului la cifra de afaceri și la costul total!

3. O firmă produce 3000 de cutii de plastic, pe care le vinde la prețul de 1 leu bucata. Costurile salariale însumează 1000 de lei, iar cele materiale 800 de lei. Calculați costul total, costul unitar și profitul!

4. Cifra de afaceri a unei firme este de 5000 de lei. Profitul firmei este de 1500 de lei. Cantitatea vândută = 100 de bucăți. Costurile fixe însumează 1000 de lei. Calculați costurile variabile și costul unitar!

↓↓↓↓↓ Spațiu pentru rezolvare! 😊 ↓↓↓↓↓

## FIȘA V

### 1. Ce este ETICA? (Scrie aici definiția din manual!)

### 2. Dilema prizonierului – Completează căsuțele libere!

Doi prizonieri sunt bănuți că au săvârșit o infracțiune. Pedepsa maximă pentru această infracțiune este de cinci ani. Celor doi prizonieri li se face o propunere pe care cei doi o cunosc. Dacă unul dintre ei mărturisește și astfel își împovărează partenerul, atunci scapă nepedepsit – celălalt trebuie să ispășească o pedeapsă de cinci ani. Dacă cei doi decid să nu mărturisească, rămân doar dovezi prezumtive care le vor aduce o pedeapsă de doi ani. Dacă amândoi mărturisesc, pe fiecare îl așteaptă o pedeapsă de patru ani. Prizonierii sunt chestionați separat unul de celălalt, astfel încât nici unul dintre ei nu va cunoaște nici înainte și nici după chestionare intenția celuilalt.

ACȚIUNE	B tănuiește	B mărturisește
A tănuiește	A- 2 ani B- 2 ani	
A mărturisește		

### 3. Argumentați lipsa eticii în două situații, la alegere:

- folosirea copiilor pentru muncă în fabrici în timpul Revoluției Industriale (1700-1900);
- testarea pe oameni în cercetarea farmaceutică; testarea pe animale în cercetarea farmaceutică;
- condițiile de muncă extrem de proaste pentru angajații firmei NIKE în țări în care forța de muncă este extrem de prost plătită: Coreea de Sud, Taiwan, China, Indonezia;
- vânzarea în supermarketuri cu discount foarte mare a unor produse care expiră în ziua curentă/ deja expirate;
- nepotismul în procesele de recrutare în sectorul de stat/privat.

### 4. Studiu de caz

Faceți parte din Consiliul de Administrație al unei fabrici de îmbrăcăminte. Sindicatul de muncitori amenință cu greva dacă salariile și beneficiile lor nu vor crește. Pierderea pentru fabrică, în cazul în care muncitorii refuză să muncească, este de 200 000 de euro pe zi. De asemenea, grevele muncitorilor afectează imaginea firmei în mass-media – în urmă cu doi ani o grevă generală a angajaților a apărut peste tot la știri.

Analizând situația, Consiliul Director constată că situația muncitorilor este mai mult decât satisfăcătoare, atât din punct de vedere a salariilor oferite cât și din punct de vedere al condițiilor de muncă. Sindicatul amenință, în continuare cu greva.

#### Ce ar trebui să facă proprietarii firmei?

- Să mute fabrica într-o țară în care costurile de producție și, implicit, costurile salariale sunt mai mici;
- Să evite greva, oferindu-le salariaților sporurile și beneficiile dorite;
- Oferiți o altă soluție!

## FIȘA VI

Transcrie pe caiet schema de clasificare a riscurilor:



În care categorie de risc ai încadra următoarele:

- întârzierea livrării mărfurilor de către furnizor
- defectarea unui utilaj din secția de producție
- prețuri foarte mici ale concurenței
- cutremur
- creșterea impozitului pe profit
- creșterea cursului de schimb valutar
- dispariția unui client important
- instabilitatea politică la nivel național?

## FIȘA VII

### CITEȘTE despre aceste **MODELE DE REUȘITĂ ÎN AFACERI:**



#### **Salad BOX- muncă, perseverență și inovație**

Dan Isai a trecut de la visul de a crea un lanț de restaurante de tip fast-food la construcția în doar trei ani a unuia dintre cele mai mari lanțuri de restaurante de tip "healthy food" din România, cu 40 de locații în 20 de orașe la sfârșitul anului 2015.

Business-ul s-a dezvoltat din dorința de a promova un stil de viață sănătos și de a oferi o alternativă alimentatiei de tip fast-food. Meniul este divers, compus dintr-o varietate de salate, supe crema, deserturi și sucuri naturale.

“Salad Box înseamnă prospețime și varietate, de aceea oferă clientului posibilitatea de a alege din mai mult de 40 de ingrediente aflate chiar în fața lui”, adaugă Dan Isai.

Salad Box a prins contur rapid, prin multă muncă, curaj, perseverență și inovație. Creată în 2012, Dan Isai a reușit să pună repede temeliele afacerii, convingând oameni din jurul lui să creadă și să contribuie la materializarea ideii de business. A fost nevoie de un an în care s-au testat produse, dar și proceduri de funcționare. În următorul an, împreună cu echipa, Dan Isai a pus la punct un sistem de franciză, bazat pe proceduri clare și un model de business scalabil. În 2014 a început deja extinderea internațională, ajungând la 400 de angajați în 2015.

Salad Box a început cu o echipă pe care Dan o număra pe degetele de la mâini, dar a ajuns să coordoneze în doar trei ani o echipă extinsă. Deși dimensiunea companiei a evoluat, Dan a păstrat o relație apropiată cu oamenii din firmă, indiferent de ierarhie, ceea ce a facilitat transmiterea viziunii sale către angajați și încrederea în această idee “Angajații noștri reprezintă o parte importantă în strategia de creștere, motiv pentru care am promovat întotdeauna oamenii din interiorul firmei. În prezent avem ca șefi de departament persoane care au început în Salad Box ca lucrători comerciali. În momentul în care vedem potențial în oameni, facem tot posibilul să-i ținem aproape, deoarece împreună cu ei s-a dezvoltat Salad Box,” completează Dan.

În 2015, veniturile Salad Box se aștepta să atingă 14 milioane EUR, formate din vânzări de produse cu un preț mediu de 3,5 EUR. În 2014, grupul Salad Box a înregistrat vânzări de 8,6 milioane EUR, reprezentând peste 100% creștere față de anul 2013. În prezent, Salad Box este al treilea lanț de fast-food ca mărime în România, iar potențialul estimat de Dan Isai se situează la 60 de locații.

Dan a început deja și extinderea în afara țării: în Ungaria cu patru locații și în Germania cu un restaurant. De asemenea, de curând a început un proces de rebranding, sub sloganul „food is life, make it good”, care, spune Dan, transmite mesajul către clienți „ai grijă ce ingrediente



iti alegi si ce mananci, pentru ca ele inseamna viata”, iar catre angajat: „da-ti silinta sa iasa bine aceasta salata, pentru ca inseamna viata”.

Cresterea rapida a Salad Box a fost sustinuta din fonduri proprii ale asociatilor si din profitul reinvestit.

## SCAUNE AUTO PENTRU COPII



**Te-Rox Prod din Pascani este cel mai mare producator de scaune auto pentru copii din Europa. In 2007, cu un capital de 10.000 de euro, Doina Cepalis a infiintat compania Te-Rox Prod care comercializeaza centuri de siguranta si scaune auto pentru copii. A devenit lider european pe o nisa la care putini s-au gandit.**

Doina Cepalis a absolvit in 1983 Facultatea de Stiinte Economice din cadrul Universitatii „Al. I. Cuza” din Iasi, apoi s-a angajat pe postul de contabil la doua firme. In 1990 a ajutat la infiintarea a patru societati pe actiuni: Moldova SA, Siretul SA, Casa Romascana SA si Favorit SA.

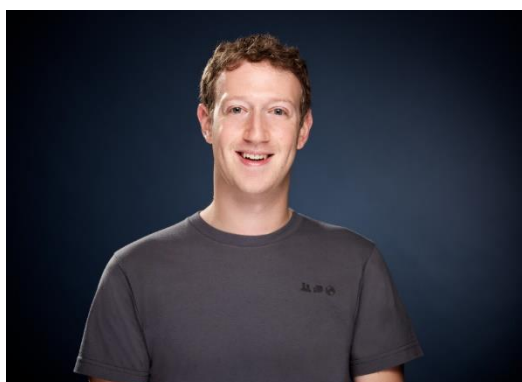
In anul 2000 a cumparat compania Integrata Pascani, specializata in produse de in si canepa, in care lucrau 600 de angajati. Dupa 6 ani, intrarea masiva a firmelor chineze pe piata europeana a confectiilor a dus la falimentul fabricii din Pascani, iar Doina Cepalis a trebuit sa se reorienteze. A reorganizat activitatea fabricii.

In aprilie 2007 a infiintat compania Te-Rox Prod cu un capital de 10.000 de euro si a inceput sa produca la fabrica din Pascani scaune de masini in sistem lohn pentru firma Team Tex din Franta.

Un an mai tarziu a inceput sa fabrice in nume propriu huse si centuri de siguranta pentru fabricarea de scaune auto pentru copii. Intreaga productie este destinata exportului, iar scaunele si accesoriile realizate de Te-Rox ajung in peste 60 de tari.

Printre partenerii companiei se numara Disney, Ferrari, Chicco, Prenatal, Fischer Price, Tex, Lufthansa, totodata, producatorul livreaza pentru principalele lanturi de magazine din Europa, precum Carrefour, Kaufland, Lidl, Hartford sau Argos.

## Facebook- afacerea de succes a lui Mark Zuckerberg



**Una dintre cele mai de succes afaceri este cea a rețelei Facebook, fondată de tânărul Mark Zuckerberg când acesta încă era în vremurile studentiei. Rețelele sociale au adus multe schimbări în modul în care lumea interacționează și în modul în care sunt afacerile conduse. Tânărul antreprenor a reușit să creeze un produs care se bucură de un succes formidabil, un produs contestat în același timp și foarte iubit de mulți internauți.**

Mark Zuckerberg a fost născut și crescut în New York de mama sa, Karen, care este doctor dentist și de tatăl său, Edward. Mark este de origine evreiască, deși se consideră, în prezent, un ateu convins.

Zuckerberg a început să învețe arta programării în școală, când tatăl său l-a învățat limbajul de programare Atari BASIC și apoi un meditant pe nume David Newman l-a ajutat să avanseze în acest domeniu. Mark Zuckerberg s-a implicat foarte curând în proiectarea de programe, unelte și jocuri pe calculator.

În timpul liceului, Zuckerberg a proiectat un program de rulare de fișiere muzicale, numit Synapse Media Player, sub compania Intelligent Media Group. Microsoft și AOL au aflat de produsul care folosea inteligența artificială pentru a învăța obiceiurile utilizatorilor, însă nu au reușit.

De asemenea, Mark Zuckerberg a primit oferte de recrutare din partea acestora și a refuzat, având planuri mai mari, precum urmarea universității Harvard.

În 2004, într-adevăr, Mark Zuckerberg a pus bazele viitoarei companii, Facebook. Totul a început ca un album foto cu date de contact ale celor care apăreau în el. Curând, accesul la el a fost făcut posibil pentru studenți din mai multe școli și universități, și așa, Facebook a început să se bucure de un succes formidabil.

Mark Zuckerberg nu a avut parte doar de clipe plăcute în încercarea de a-și clădi imperiul. Numeroase persoane au încercat să îi fure ideea, alții l-au dat în judecată și guvernul pakistanez l-a ținut sub investigație mult timp. Mai mult, China i-a blocat accesul website-ului printr-un firewall.

Facebook continuă să se extindă în prezent și își varsă o bună parte din profituri în direcții caritabile. Zuckerberg are planuri mari în extinderea acestei afaceri și devine suportul inspirației pentru din ce în ce mai multe persoane dornice să reușească în lumea online.