ASPECTE PRACTICE ÎN EDUCAȚIA NONFORMALĂ A TINERILOR ÎN ÎNVĂȚĂMÂNTUL PROFESIONAL TEHNIC

Natalia LAZAREV,
șefă a Secției „Comerț, Merceologie, Tehnologie”,
profesoară la discipline de marketing,
grad didactic superior
Ala TEACA,
profesoară la discipline economice, grad didactic I
Svetlana NICOLAI,
profesoară la discipline comerciale, grad didactic superior,
Colegiul Național de Comerț al ASEM,
mun. Chișinău, Republica Moldova
E-mail: lazarevnatalya333@gmail.com

Rezumat: *Activitatea nonformală tinde să aibă, la nivelul şcolii, un profil bine conturat, care se desfăşoară cu elevii şi cadrele didactice din colegiu, împreună cu părinţii şi reprezentanţii mediului de afaceri, ei fiind categoriile din afara spațiului educațional, ce trebuie să participe la aceste acțiuni. Articolul se referă la dezvoltarea competențelor profesionale ale elevilor de la programele de formare profesional tehnică „Comerț”, „Marketing”, „Merceologie” și „Tehnologia alimentației publice” prin simularea proceselor comercial-tehnologice, a metodelor de etalare, a formelor de vânzare, a tehnicilor de promovare, care au loc într-o unitate economică, prin extinderea relațiilor cu mediul extern, prin formarea aptitudinilor și a competențelor ce pot fi aplicate în majoritatea întreprinderilor după absolvirea CNC al ASEM.*

Cuvinte-cheie: *educație nonformală, tineri, învățământ profesional tehnic, comerț*

PRACTICAL ASPECTS IN NONFORMAL EDUCATION OF YOUNG PEOPLE IN TECHNICAL VOCATIONAL EDUCATION

Summary: *The non-formal activity tends to have, at the school level, a well-defined profile, which takes place with the students and teaching staff from the college, together with the parents and representatives of the business environment, they being the categories outside the educational space, which must participate in these actions. The article refers to the development of the professional skills of students from the technical vocational training programs "Trade", "Marketing", "Merceology" and "Public food technology" by simulating commercial-technological processes, display methods, sales forms, of*

promotion techniques, which take place in an economic unit, by expanding relations with the external environment, by training skills and competences that can be applied in most companies after graduating from ASEM's CNC.

Keywords: *non-formal education, young people, technical vocational education, trade*

Introducere

Transformările profunde, ce au loc în societatea contemporană, impun instituției şcolare noi exigente de pregătire a tinerei generații. Asumându-şi responsabilitățile de formare a cetăţenilor, şcoala se vede nevoită să se adapteze mereu, prin proiecte curriculare novatoare, schimbărilor economice şi sociale rapide, care influențează în mod decisiv concepţia privind rolul sistemului de învățământ în formarea competentelor profesionale ale viitorilor specialişti, fiind însuşită teoretic sau transmisă de către profesor. Educaţia nonformală este, astfel, marcată de o gamă vastă de activităţi şi forme de lucru.

• **Instruirea orientată spre** domeniul comerțului

Într-o lume în continuă schimbare, învăţarea devine din ce în ce mai mult o prioritate și este cheia pentru angajabilitate, pentru succesul economic, ce le va permite elevilor să participe deplin la viaţa socială, iar pentru dobândirea competențelor profesionale este nevoie de practică. Ştim cu toții că activitatea practică întotdeauna a fost un izvor al teoriei şi un criteriu de verificare al ei, dar, din perspectivă didactică, ea transformă cunoştinţele în convingeri ştiinţifice şi deprinderi practice.

Repere teoretice:

Educația este ansamblul de acțiuni și de influențe menite să permită ființei umane să-și dezvolte capacitățile fizice și intelectuale, precum și sentimentele, atitudinile morale și estetice, în scopul responsabilizării și al integrării sociale optime ca cetățean. Educaţia, sub toate aspectele ei, se constituie într-o realitate dinamică a provocărilor culturale, sociale și cunoaște o multitudine de situații de învățare, care sunt realizate prin cele trei forme ale acesteia: **educaţia formală, educaţia nonformală, educaţia informală.**

Educaţia nonformală reprezintă ansamblul acţiunilor instructive, proiectate şi realizate într-un cadru instituţionalizat extraşcolar, constituit ca o punte între cunoştinţele asimilate la lecţii şi cunoştinţele acumulate în contextul educaţiei informale [1].

Caracteristicile specifice ale educaţiei nonformale se pot rezuma la următoarele:

• **Învăţarea prin practică (Learning by doing).** Un exemplu concret ar fi asumarea responsabilităţii, care nu poate fi **acţiune**. În educația nonformală, procesul este în prim-plan. Studiile nu sunt confirmate de o diplomă şi nu se axează pe un curriculum detaliat. Există o abordare individualizată a procesului didactic (fără un orar definit şi fără calificative), orientată spre dobândirea şi dezvoltarea competenţelor.

• **Învăţarea prin cooperare.** Educaţia nonformală se bazează pe metode active de cooperare şi pe procese dinamice din cadrul grupului, ai cărui membri învaţă atât de la profesor, cât şi unii de la alţii.

• **Deschiderea**. Educaţia nonformală se adaptează sistematic la noile metode de predare, precum şi la probleme societale. Îşi reevaluează în mod constant conceptele, diversificându-le în practică.

• **Centrarea pe cursant**. În educația nonformală, metodele şi obiectivele sunt adaptate la nevoile şi la interesele elevilor. Subiectele şi priorităţile studiate nu sunt strict planificate şi pot fi modificate în funcţie de circumstanţele existente.

• **Voluntariat.** Participarea beneficiarului la ofertele structurilor asociative nu este o cerinţă impusă de lege. Elevii împreună cu părinţii decid dacă doresc sau nu să profite de ofertă [2].

Prioritatea de bază a educației nonformale o constituie dezvoltarea competențelor profesionale și sociale. Acestea le oferă elevilor posibilitatea să-și dezvolte competențele lingvistice, de negociere, de comunicare și de interacțiune cu cei din jur, în scopul dezvoltării încrederii în forțele proprii. Astfel, tânărul devine conștient de faptul că ***el învață,*** ce ***învață*** și cum î***nvață.***

Evident că aceste competenţe pot fi dezvoltate doar prin intermediul instrumentelor educaţionale. Miguel Angel Garcia Lopez defineşte termenul **instrument educaţional** ca *mecanismul care contribuie la transformarea în practică a obiectivelor educaţionale, prin implicarea tuturor participanţilor în procesul de învăţare. Un instrument educaţional ar trebui să fie „autonom". Aceasta înseamnă că procesul de învăţare trebuie să fie unul scurt, dar complet, conţinând propria tematică, tehnici, grup - ţintă, materiale, durată, evaluare, metode de aplicare ... Poate fi un exerciţiu de simulare, un atelier de creaţie, un joc de rol, o activitate în aer liber etc.* [3].

Aplicații

Exercițiu de simulare a magazinului: *„MOLDOVIȚA” îți umple torbița”* , ediția a III-a din

28.11.2022, Colegiul Național de Comerț al ASEM.

Coordonatori: *Lazarev Natalia, Nicolai Svetlana, Teaca Ala.*

Parteneri: *CNC al ASEM, agenți economici: Cantina ASEM, „Art-ProEco” SRL.*

Grup de lucru: cadre didactice din Colegiul Național de Comerț al ASEM.

Rolul activității de simulare a magazinului „MOLDOVITA" SRL:

Activitatea nonformală tinde să aibă, la nivelul şcolii, un profil bine conturat, care se desfăşoară cu elevii şi cadrele didactice din colegiu, împreună cu părinţii şi reprezentanţii mediului de afaceri, ei fiind categoriile din afara spaţiului educațional, ce trebuie să participe la aceste acţiuni. ***Schimburile de experiență, invitaţia unor specialişti din diferite domenii, atragerea reprezentanţilor economici în activităţile nonformale le face cu mult mai atractive şi mai profitabile pentru toţi cei implicaţi*** [3].

Succesul activităţilor nonformale depinde de corelarea unei serii de factori, cum ar fi:

- atractivitatea tematicii abordate;
- buna coordonare a activităţii;
- implicarea mai multor factori educaționali, cu experienţe relevante pentru activitatea desfăşurată.

Scopul*:*

Dezvoltarea competențelor profesionale ale elevilor de la programele de formare profesional tehnică „Comerț”, „Marketing”, „Merceologie” și „Tehnologia alimentației publice” se conturează prin simularea proceselor comercial-tehnologice, a metodelor de etalare, a formelor de vânzare, a tehnicilor de promovare, care au loc într-o unitate economică, prin extinderea relațiilor cu mediul extern, prin formarea aptitudinilor și a competențelor ce pot fi aplicate în majoritatea întreprinderilor după absolvirea CNC al ASEM.

Obiective:

- dezvoltarea competențelor antreprenoriale ale elevilor de la programele de formare profesional tehnică „Comerț”, „Marketing”, „Merceologie” și „Tehnologia alimentației publice”, prin simularea proceselor tehnologice,

comerciale și a activităților de promovare, care au loc într-o întreprindere reală;
- colaborarea dintre diferiți agenți economici, formând aptitudini și competențe de negociere;
- implementarea factorilor de care depinde reușita comercială;
- formarea competențelor profesionale, prin simularea situațiilor veridice din activitatea unității comerciale cu amănuntul, legate de studierea pieței, cercetarea preferințelor consumatorilor, identificarea metodelor și a formelor de aprovizionare, activități de logistică, recepția mărfurilor, etalarea mărfurilor, promovarea produselor, comercializarea și achitarea contravalorii mărfurilor etc.;
- formarea abilităților și a deprinderilor practice la elevi, participând activ la toate procesele tehnologice secundare și principale din cadrul întreprinderii simulate, atribuindu-le roluri.

Grupul-ţintă:
- elevii de la programele de formare profesional tehnice „Comerț", „Marketing", „Merceologie" și „Tehnologia alimentației publice";
- elevii din gimnazii;
- cadrele didactice din Colegiul Național de Comerț al ASEM, din gimnaziu;
- părinții, invitații, oaspeții.

Durata activității:
- 07.11.2022 - 11.11.2022 (activități de cercetare a pieței de desfacere, determinarea sortimentului de mărfuri, identificarea grupului - țintă: elevii, cadrele didactice, administrația din CNC al ASEM și din gimnaziu, oaspeți);
- 14.11.2022 - 18.11.2022 (activități de elaborare a materialelor promoționale: sigla, invitația, poster, pliante, riglă, calendar, brâu, semne de carte, flyere, infographic, banner, picioruțe, indicatoare, ramă foto, mascotele, insta-story);
- 21.11.2022-24.11.2022 (activități de achiziție, de colaborare cu furnizorii și partenerii de afaceri, asigurarea activităților de logistică);
- 24.11.2022-25.11.2022 (activități de întocmire a documentelor, calcularea prețurilor de vânzare, întocmirea indicatoarelor de preț);

- 24.11.2022-28.11.2022 (activități de amenajare și dotare a spațiului, crearea unui design atractiv pentru magazinul „*MOLDOVIȚA" SRL*);
- 28.11.2022 (orele 8.00-16.00, activități de etalare a produselor pe mobilier, în sala comercială, aplicarea strategiilor și tehnicilor de promovare a produselor în unitatea comercială, deservirea consumatorilor, realizarea actului de vânzare-cumpărare, eliberarea bonului de consum);
- 28.11.2022 (activități de perfectare a documentației caierului - operator în procesul de exploatare a MCC: imprimarea raportului Z, predarea banilor încasatorului și completarea Registrului mașinii de casă și control cu memorie fiscală);
- 29.11.2022 (analiza SWOT privind desfășurarea activității, dezbateri, opinii, concluzii, recomandări);
- 29.11.2022 (activități de diseminare a informației pe rețelele de socializare: website, Facebook, Instagram, Tik-Tok).

Resurse:

- *umane*: elevii din anii II, III, IV, cadre didactice, administrație, agenți economici;
- *materiale: echipamente comerciale* (mese, vitrine, rafturi, tejghea-casă, mașină de casă și control, inventar comercial);
- *acte normative*: autorizație de funcționare, autorizație sanitară, licența, factură fiscală, cerere - comandă, registrul mașinii de casă și control, banda de control, indicator de preț, act de predare a banilor, încasarea de serviciu/eliberarea de serviciu, raportul Z, bonul de consum;
- *produse alimentare*: băuturi nealcoolice, băuturi fierbinți, articole de patiserie/cofetărie, fulgi de cereale;
- *materiale promoționale*: postere, pliante, sigla, invitații, riglă, calendar, brâu, semne de carte, flyere, infographic, banner, picioruțe, indicatoare, ramă foto, mascotele, insta-story;
- *elemente de decor*: prosoape, ramă, icoană, brâu tradițional, fețe de masă, costume naționale, pictură, draperii, mostre de produse, calendar promoțional, covoare naționale, ulcioare de lut, butoiașe din lemn, flori foto;
- *alte materiale*: aparat foto, laptop, boxe;
- *recompense:* diplome pentru cadrele didactice şi elevi.

- *financiare:* sponsorizare, autofinanţare.

Rezultate scontate:

- dezvoltarea relaţiilor de colaborare între elev-elev, elev-profesor, elev-agent economic, în vederea dezvoltăriI competențelor profesionale;
- implicarea în procesul de cercetare a preferințelor consumatorilor (elevii și cadrele didactice din CNC al ASEM);
- formarea competențelor de negociere, aprovizionare, comercializare, etalare, promovare, comunicare, realizarea actului de vânzare-cumpărare, completarea documentelor specifice, gestionarea financiară, dezvoltarea spiritului de echipă;
- cultivarea deprinderilor practice ale elevilor prin activități de simulare;
- stimularea potențialului creativ, critic și constructiv al elevilor;
- realizarea unei identități proprii a magazinului „*MOLDOVIȚA" SRL*;
- implicarea activă a cadrelor didactice şi a elevilor în activităţile de simulare.

Modalităţi de monitorizare şi de evaluare a activității:

- dezbateri, discuţii de grup, observarea directă, lucrul în echipă, simularea, joc de rol, brainstorming, creativitatea, informarea documentară, rezolvarea de probleme, activitatea practică, aplicații TIC, comunicarea.

Modalități de diseminare:

- publicarea unor articole în presa locală și la conferințe naționale/internaționale;
- postarea activităților pe website – ul, pe pagina de Facebook, Instagram, Tik-Tok CNC al ASEM și gimnazii din Chișinău.

DESFĂȘURAREA ACTIVITĂȚII (28.11.2022)

Magazinul *este un teatru, în care sala de vânzare este scena, iar depozitul sunt culisele.*

De aceea, niciun detaliu nu trebuie neglijat, pentru ca ***„piesa"*** *să fie apreciată la valoarea sa maximă..*

A pregăti tineretul de astăzi, specialistul de mâine, pentru o viață activă, creatoare înseamnă a realiza un proces ce presupune ca însăși viața școlară să fie activă, să aibă o largă deschidere spre activităţile nonformale, implicând tineretul în diferite forme de muncă productivă şi participare personală la fenomenele și

experiențele vieții socioculturale. În acest context, educația modernă nu poate să rămână doar la teoretizări, ea se vede obligată să recurgă la activități practice.

Din multitudinea metodelor utile, aplicative, este binevenit exercițiul de simulare, care creează unele situații veridice, determinând participanții să interpreteze roluri, funcții sau ansambluri de comportamente, uneori, foarte bine precizate, alteori, mai confuze şi în aceste condiții să ajungă la realizarea obiectivelor prestabilite.

Repartizarea activităților, a rolurilor și a responsabilităților în procesul de simulare a magazinului a fost realizată conform unui algoritm de lucru:

1. Activități la începutul zilei de lucru

Fiecare angajat și-a pregătit locul de muncă, înainte de deschiderea magazinului, în colaborare cu membrii echipei și coordonând cu organizatorii:

- *tehnologul* prepară articole de cofetărie /patiserie și le livrează în magazin;
- *merceologul* participă la recepția mărfurilor, verifică cantitatea și calitatea lor, verifică documentele însoțitoare, întocmește și semnează factura fiscală;
- *șeful de sală* deschide magazinul *„*MOLDOVIȚA*” SRL;*
- *vânzătorul* pregătește marfa pentru vânzare: sortarea, porționarea, preambalarea, marcarea prețului;
- *contabilul* calculează prețul de vânzare și întocmește indicatoarele de preț;
- *casierul* pregătește MCC pentru lucru, încasează vărsământul de serviciu pentru achitarea restului cumpărătorilor, instalează banda de hârtie pentru imprimarea și eliberarea bonurilor și a bandei de control, imprimă raportul X;
- *vânzătorul-consultant și merchandaiser-ul* etalează mărfurile în sala comercială și pe raft, marchează prețul la locurile de vânzare pe mobilier;
- *marketologul* promovează produsele și îi atrage pe consumatori prin diferite mijloace și tehnici promoționale.

2. Activități în timpul zilei de lucru

Elevii participanți îi întâmpină și îi orientează pe potențialii consumatori să viziteze magazinul:

- întâmpinarea oaspeților, a cumpărătorilor;
- deservirea consumatorilor bazată pe sistemul AIDAS;

- achitarea mărfurilor și eliberarea bonului de consum;
- aplicarea metodelor de promovare;
- comunicarea și reacția post-cumpărare;
- supravegherea activităților de vânzare-cumpărare;
- Identificarea neajunsurilor și găsirea soluțiilor de îmbunătățire.

3. Activități la sfârșitul zilei

Fiecare participant își îndeplinește obligațiunile specifice locului de muncă:

- *casierul* numără și predă banii încasatorului împreună cu Actul de predare a banilor, efectuează raportul Z și completează Registrul MCC;
- *contabilul* efectuează plata agenților economici pentru marfa aprovizionată;
- *managerul* efectuează controlul și verifică realizarea obiectivelor propuse;
- *vânzătorul - consultant* face ordine la locul său de muncă;
- *personalul auxiliar* strânge, face curat în sala de comerț;
- *organizatorii împreună cu elevii* realizează analiza SWOT.

Scopul exercițiului de simulare a magazinului se referă la: *dezvoltarea unor aptitudini speciale, antrenarea elevilor în activităţi cât mai variate şi bogate în conţinut, cultivarea interesului pentru activităţi socioculturale, facilitarea integrării în mediul şcolar, oferirea de suport pentru reuşita şcolară în ansamblul ei, fructificarea talentelor personale şi corelarea aptitudinilor cu atitudinile caracteriale.*

Activitatea s-a desfăşurat într-un cadru informal, care le-a permis elevilor să se afirme în mediul educațional: să reducă nivelul anxietăţii şi să-şi maximizeze potenţialul intelectual.

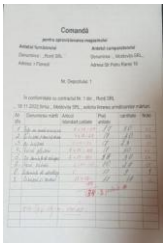
Competenţele şi atitudinile dezvoltate elevilor în activitatea nonformală includ: competenţe interpersonale, capacitatea de lucru în echipă, încrederea în sine, disciplina, responsabilitatea, capacităţi de planificare, coordonare şi organizare/competenţe de gestionare a proiectelor, capacitatea de a rezolva probleme practice etc. Întrucât aceste competenţe au o relevanţă evidentă în dezvoltarea personală a individului, contribuind deopotrivă la participarea activă în societate şi pe piața muncii, ele sunt complementare celor achiziţionate prin educaţia formală. Metodele folosite sunt foarte diferite de pedagogia utilizată în educaţia formală. În cazul educaţiei nonformale, accentul este pus pe învăţarea prin acţiune, învăţarea de la egali şi activitatea de voluntariat.

PLANIFICAREA ACTIVITĂȚII

Un astfel de exemplu este activitatea nonformală - exercițiul de simulare a magazinului *„MOLDOVITA" SRL,* desfășurată la 28.11.2022 în Colegiul Național de Comerț al ASEM, unde s-au implicat activ elevii de la programele de formare profesional tehnică „Marketing", „Comerț", „Merceologie" și „Tehnologia alimentației publice".

***Tabelul 1**. Plan de acțiuni*

Denumirea activității	Modalități de realizare	Produse/Materiale elaborate/Dovezi
Identificarea domeniului de activitate	- alegerea echipei de lucru; - identificarea domeniului: comerțul cu amănuntul; - alegerea locului de amplasare; - crearea condițiilor de infrastructură; - stabilirea fluxurilor informaționale, de mărfuri și de consumatori.	   
Crearea structurii organizatorice a întreprinderii	- elaborarea organigramei magazinului; - repartizarea funcțiilor și a responsabilităților.	 
Cercetarea pieței de desfacere	- analiza preferințelor consumatorilor; - analiza volumului mediu de vânzări; - estimarea cantitativă a cererii	 

Stabilirea relațiilor de colaborare dintre furnizorii și partenerii de afaceri	- identificarea potențialilor furnizori; - încheierea contractelor de vânzare –cumpărare-livrare.	
Elaborarea materialelor și a strategiilor de promovare	- elaborarea siglei și a elementelor de identitate a magazinului; - elaborarea și multiplicarea materialelor promoționale: sigla, invitația, poster, pliante, riglă, calendar, brâu, semne de carte, flyere, infographic, banner, picioruşe, indicatoare, - crearea mascotei; - aplicarea strategiilor de atragere a cumpărătorilor; - utilizarea metodelor și a tehnicilor de promovare; - aplicarea instrumentelor de marketing digital	   
Etalarea mărfurilor	- etalarea produselor pe rafturi/vitrine; - utilizarea tehnicilor eficiente de merchandising.	  
Aprovizionarea și recepția mărfurilor	- colaborare între furnizorii și partenerii de afaceri; - activități de achiziție; - asigurarea activităților de logistică ; - recepția mărfurilor (cantitativă și calitativă); - verificarea documentelor însoțitoare, semnarea facturii fiscale.	 

		  
Simularea propriu-zisă a magazinului	- comunicarea cu clienții; - deservirea consumatorilor la tejghea; - informarea și atragerea potențialilor consumatori; - realizarea actului de vânzare-cumpărare; - relații post-cumpărare.	  
Activități de totalizare	- activități de îndeplinire a raportului Z; - predarea banilor încasatorului; - completarea Registrului mașinii de casă și control cu memorie fiscală; - perfectarea documentației caierului; - operator în procesul de exploatare a MCC; - efectuarea dării de seamă fiscale zilnice.	  

Analiza SWOT	- analiza punctelor forte; - analiza punctelor slabe; - oportunități; - riscuri.	  

Concluzii: Procesul educațional nu este numai o acţiune de transmitere a cunoştinţelor din partea profesorului și de achiziționare a acestora din partea elevului, dar şi un proces social şi psihosocial, având ca scop pregătirea elevului pentru viață. Din aceste considerente, educația, pregătirea viitorilor specialiști trebuie să se afle în centrul preocupărilor noastre, pentru a ne apropia cât mai mult de idealul *„Fiecare persoană la locul ei de muncă să fie un specialist competent şi un expert în problematica de care se ocupă".*

Importanța activității de simulare valorifică formarea competențelor profesionale ale elevilor, la unitățile de curs de specialitate, prin utilizarea diferitelor metode interactive de instruire active, ce va permite viitorilor specialişti să se încadreze în câmpul muncii şi să participe în mod eficient şi constructiv la viața socială şi profesională, oferind flexibilitate, adaptabilitate, satisfacţie şi motivație.

Astăzi, toate companiile au nevoie de angajați care pot comunica, gândi şi care continuă să învețe pe parcursul întregii lor vieți, oameni care pot demonstra atitudini, abilități şi comportamente pozitive, responsabilitate şi capacitate de adaptare, oameni care pot lucra în echipă.

Referințe bibliografice:

1. Codul educaţiei al Republicii Moldova, Nr. 152, din 17-07-2014.
2. Andrieș V. Particularităţile educaţiei nonformale a elevilor și tinerilor. În:Conferința Științifică Internațională „Educația: factor primordial în

dezvoltarea societății.” Chișinău, 9 octombrie 2020, https://www.nonformalsepoate.ro/index.php/educatia-nonformala/ce-este-educatia-nonformala.
3. https://ro.wikipedia.org/wiki/Educa%C8%9Bie_non-formal%C4%83.
4. Cucoş C. Pedagogie. Iași: Editura Polirom, 2001.
5. Creţu D. Psihopedagogie - Elemente de formare a profesorilor. Sibiu: Editura Imago, 1999.
6. Jinga I., Istrate E. Manual de pedagogie, București: Editura All, 2006.