

Ministerul Educației al Republicii Moldova

Ministerul Muncii, Protecției Sociale și Familiei al Republicii Moldova

„ALSEDAR STUDIO” SRL

CURRICULUM

**la disciplina „Managementul și organizarea salonului de
frizerie”**

**AUTORI:
Popescu Irina**

SOROCA, 2016

I. PRELIMINARII

“Managementul și organizarea salonului de frizerie” face parte din pregătirea pentru calificarea profesională “frizer” – din domeniul Servicii de coafor și frumusețe.

“Managementul și organizarea salonului este destinat pregătirii cursanților spre o cale eficientă de atingere scopului.

În formarea competențelor un rol important îl au modul de abordare a conținuturilor, activitățile de învățare proiectate de profesor. Este obligatorie folosirea metodelor de învățare centrată pe cursanți, metode care pun cursantul în diverse situații de învățare. Pentru proiectarea acestora, profesorul trebuie să dețină informații despre caracteristicile cursanților săi referitoare la stilurile de învățare și la nevoile lor. În această muncă laborioasă, de un real folos sunt exemplele de materiale de învățare ce vor fi puse la dispoziția profesorilor, care le pot adapta pentru a răspunde nevoilor proprii.

Învățarea centrată pe cursant reprezintă o abordare a predării care presupune înlocuirea prelegerilor cu un stil activ de învățare, care ține cont de ritmul propriu de învățare al cursantului. Cursantul devine responsabil pentru progresele pe care le face în ceea ce privește educația. De asemenea, învățarea centrată pe cursant presupune că cursanții învață atât în grupuri, cât și individual pentru a explora diverse probleme devenind astfel persoane care folosesc în mod activ cunoștințele și nu receptori pasivi de cunoștințe.

Toate activitățile și exercițiile propuse cursantului spre rezolvare urmăresc atingerea criteriilor de performanță în condițiile de aplicabilitate descrise în Standardele de pregătire profesională.

Evaluarea va viza dobândirea competențelor. Prin evaluarea formativă, se va avea în vedere atingerea criteriilor de performanță ale competenței. Complexitatea acestora este dată de condițiile de aplicabilitate din standardul de pregătire profesională. Evaluarea sumativă se va realiza pentru verificarea dobândirii competenței.

ADMINISTRAREA DISCIPLINEI

Forma de învățământ (zi)	Denumirea disciplinei	Semestrul/luna	Ore total:						Evaluarea
			Total		inclusiv				
			Contanct direct	Studiu individual	C	S	L	LI	
de zi	Managementul și organizarea salonului de frezerie	la formarea grupei	12	12	6	6		12	colocviu
TOTAL			24		6	6		12	

Notă: C – curs, S – seminar, L – laborator, LI – lucrul individual.

Unități de conținut și repartizarea orientativă a orelor

Nr · d/ o	Unități de conținut	Ore			
		Curs	Seminar	Laborator	Lucrul individual
		zi	zi	zi	zi
1	Managementul și organizarea salonului de frizerie	6	6		12
Total		6	6		12

II. COMPETENȚE

După parcurgerea disciplinei „Managementul salonului de frezerie”, frizerul va deține următoarele competențe:

➤ Competențe generice

- ✚ Alcătuieste schema de încadrare
- ✚ Aprovizionează cu materiale și produse
- ✚ Acționează pentru obținerea randamentului economic
- ✚ Promovează serviciile oferite

➤ **Competențe specifice**

- ✚ Să stabilească categoriile de angajați în funcție de serviciile oferite;
- ✚ Să determine numărul de angajați pe categorii, realizând scheme ierarhice;
- ✚ Să elaboreze fișele postului pentru fiecare angajat;

OBIECTIVE CROSS-CURRICULARE ȘI GENERALE ale cursului subiectul va cunoaște:

Subiectul va fi capabil să aplice:

- ✚ calcularea stocului de produse și materiale existente;
- ✚ necesarul de materiale și produse pentru o perioadă de timp;
- ✚ documentele necesare comenzilor-recepțiilor de produse și materiale;
- ✚ materialele și produsele în condiții corespunzătoare;

Subiectul va fi capabil să:

- ✚ distribuie materiile și produsele din depozit potrivit normelor de gestiune;
- ✚ selecteze cele mai bune oferte de materiale, produse și echipamente;
- ✚ monitorizeze consumurile pentru stabilirea prețurilor;
- ✚ conceapă și să promoveze oferte atractive pentru clienți în funcție de cerințele pieței;
- ✚ folosească mijloace de reclamă.

III. CONȚINUTURI ȘI STRATEGII DIDACTICE

Subiectul 1. Managementul salonului de frezerie


Obiective de referință + conținuturi	
Obiective de referință	Unități de conținut
<p>La finalul cursului subiecției vor fi capabili să:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Stabilească organigrama într-un salon de servicii de coafor și frumusețe; ➤ Argumenteze relațiile organizatorice într-un salon de servicii de coafor și frumusețe; ➤ Stabilească materiale și produsele pentru determinarea stocurilor; ➤ Stabilească condițiile de recepție, depozitare și distribuire; ➤ Promoveze serviciile oferite 	<p>1. Managementul salonului de frezerie</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Alcătuirea schemei de încadrare ✚ Aprovizionarea cu materiale și produse ✚ Obținerea randamentului economic ✚ Promovarea serviciilor


Forme și strategii de organizare a activității didactice			
Nr crt.	Forme de organizare/tipuri de evaluare	Nr. de ore	Strategii și activități didactice dominante
1.	Curs introductiv	1	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Prelegere magistrală ✓ Expres dezbateri
2.	Seminar	1	<p>“Managementul salonului de frezerie” este structurată pe baza standardului de pregătire profesională pentru calificarea “Coafor”. Conținuturile sunt detalieri ale criteriilor de performanță și ale condițiilor de aplicabilitate din standardele de pregătire profesională.</p> <p>Pentru dezvoltarea competențelor individuale propuse în cadrul acestui modul, profesorul are libertatea de a dezvolta anumite conținuturi și de a le eșalona în timp.</p> <p>Cadrele didactice au posibilitatea de a decide asupra numărului de ore alocat fiecărei teme, în funcție de dificultatea acesteia, de nivelul de cunoștințe anterioare ale grupului instruit, de complexitatea materialului didactic implicat în strategia didactică și de ritmul de asimilare a cunoștințelor și formare a deprinderilor.</p> <p>Instruirea practică se va realiza în ateliere/ saloane cu o bună dotare materială.</p> <p>Abordarea conținuturilor și a activităților de învățare trebuie să fie flexibilă, diferențiată, ținând cont de particularitățile grupului instruit, de nivelul inițial de pregătire. De asemenea, conținutul va fi în permanență actualizat și prezentat în concordanță cu obiectivele stabilite.</p> <p>1. Tabel de corelare a competențe – obiectivele – activități de învățare – fișă de documentare</p> <p>2. Pentru dezvoltarea competențelor vizate de parcurgerea modulului, pot fi folosite următoarele activități de învățare: simulare, joc de rol, studii de caz,</p>


brainstorming, luarea deciziilor, rezolvarea problemelor, maparea conceptelor, etc.

În proiectarea activităților de învățare trebuie avute în vedere cerințele educaționale speciale ale cursanților. Formularea de obiective de învățare diferențiate va da profesorului o imagine clară asupra a ceea ce trebuie să fie capabili să realizeze toți cursanții, a ceea ce ar trebui să fie capabili să realizeze cei mai mulți dintre ei și a ceea ce numai unii vor fi capabili să realizeze. Luând în considerare obiectivele de învățare diferențiate și datele despre cursanți (ritm de învățare, stiluri de învățare, tipuri de inteligențe, dificultăți în învățare), profesorul va putea adapta parcursul formării cursanților.

În cadrul activităților de învățare există anumite probleme propuse pentru cursanți. Acestea se regăsesc în activitățile de învățare 2.1, 2.3, 3.4.


Activitatea 2.1  Să precizeze 3 echipamente și 3 produse din compartimentul coafor și frizerie.

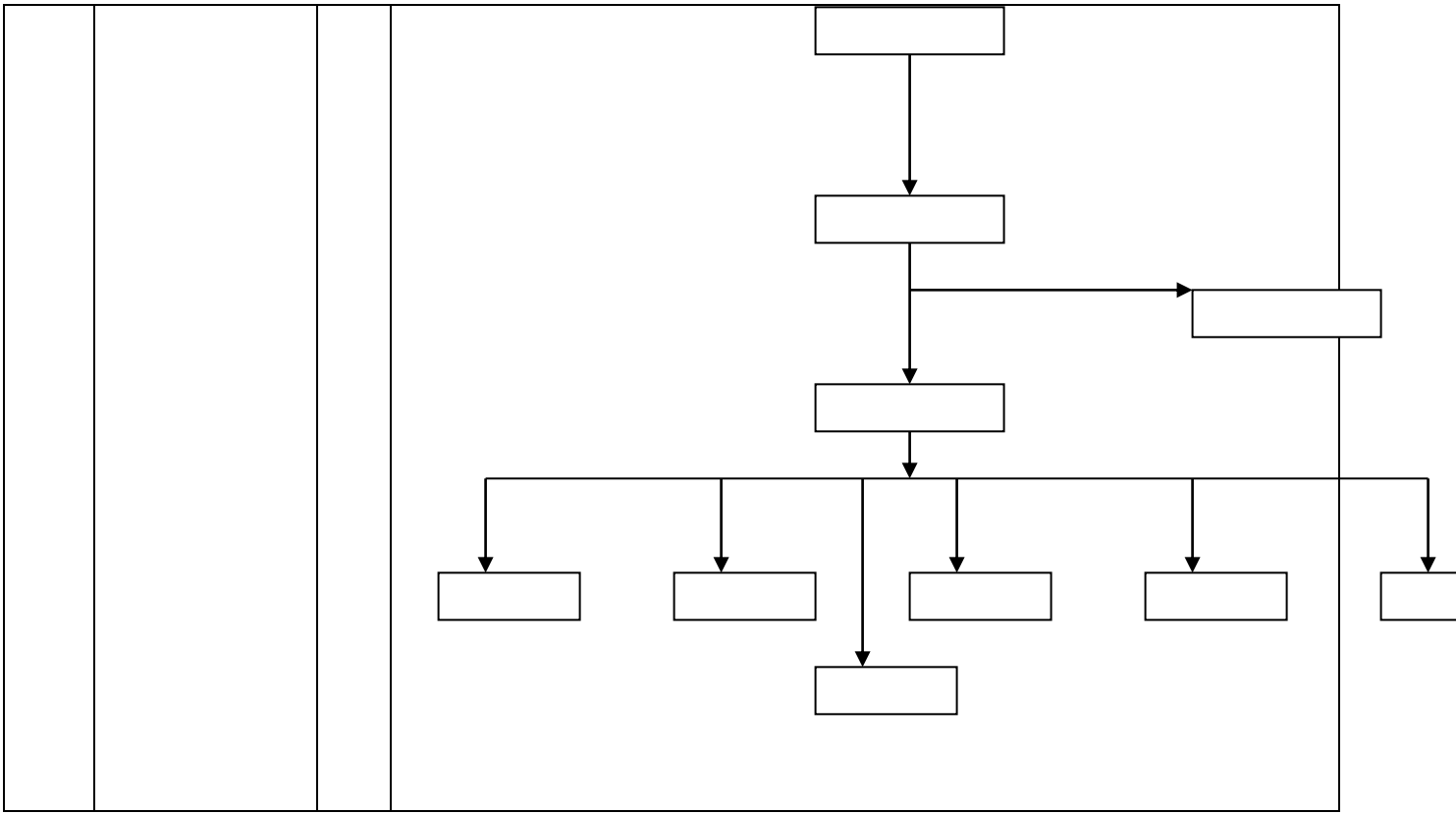
Activitatea 2.3  Cursanților li se oferă mai multe categorii de produse din care își pot alege ce vor studia.

Activitatea 3.4  Cursanții vor calcula tarifele pentru primii doi clienți.

În continuare sunt prezentate câteva sugestii pentru organizarea activităților de învățare propuse:

- ❖ Activitatea 1.2 – Profesorul le propune cursanților să se împartă în 4 grupuri. Dacă există probleme în gruparea acestora, profesorul le poate propune să tragă la sorți echipa din care vor face parte. Stabilite grupurile, aceștia pot alege postul pentru care vor întocmi fișa postului sau pot trage la sorți.
- ❖ Activitatea 2.1 - În tabel sunt prezentate ca variante materialele și produsele ce se pot regăsi într-un salon de frizerie. Dacă cursanții consemnează alte materiale și produse care se pot regăsi în salon, răspunsurile sunt considerate corecte.
- ❖ Activitatea 2.2 - Profesorul le va cere cursanților să completeze documentele potrivit informațiilor din factura fiscală propusă.
- ❖ Activitatea 3.1 – Cursanții vor trage la sorți rolul pe care-l vor interpreta. Cei care vor juca rolul de vânzător vor trebui să-și constituie o ofertă minimală de 3 produse, materiale sau echipamente pe care le vor comercializa. Profesorul va cere cursantului care interpretează rolul de cumpărător să justifice oferta pe care a ales-o și care au fost criteriile după care s-a ghidat. Cursanții care sunt observatori ai interviurilor, vor consemna pe o fișă de observație aspectele legate de:
 - modul cum își prezintă oferta vânzătorul;
 - capacitatea vânzătorului de a-și convinge clientul;
 - cursivitatea dialogului cumpărător-vânzător;
 - limbajul verbal și nonverbal;

			<p>- starea cumpărătorului.</p> <p>Cursanții trebuie evaluați numai în ceea ce privește dobândirea competențelor specificate. O competență se va evalua o singură dată, în cadrul modulului care își propune dezvoltarea ei.</p> <p>Pentru evaluarea continuă, alături de metodele clasice de evaluare (teste scrise, chestionări orale, lucrări practice), se recomandă următoarele metode alternative de evaluare:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observarea sistematică a comportamentului cursanților care permite evaluarea conceptelor, atitudinilor față de o sarcină dată și a comunicării; • Autoevaluarea • Tema în clasă • Investigația • Proiectul <p>Ca instrumente de evaluare se pot folosi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fișe de observație • Fișe de lucru • Fișe de autoevaluare și coevaluare • Teste de evaluare <p>Aceste produse ale cursanților vor fi adunate într-un portofoliu, constituind dovezi ale progresului și ale atingerii competențelor.</p>
3.	Activitate individuală		<p style="text-align: center;">ACTIVITĂȚI DE ÎNVĂȚARE</p> <p style="text-align: center;">Activitatea 1.1 Stabilirea organigramei într-un salon de frezerie</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Cursanții trebuie să completeze casetele schemei propuse, delimitând compartimentele și identificând tipul salonului de frezerie.</p> <p>Activitatea se desfășoară individual.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Timp de lucru: 10 min. • Această activitate va ajuta să învățați despre schema de încadrare a unui salon de frezer.



Fișă de progres școlar

Fișele de rezumat ale modulului oferă cadrelor didactice și cursanților mijloace de înregistrare a progresului.

Înregistrările exacte reprezintă un aspect important al administrării procesului de învățare, și poate de asemenea ajuta la informarea și motivarea cursanților. Cursanților ar trebui să fie încurajați să-și evalueze propriul proces de învățare comentând cu privire la problemele care le-au plăcut sau nu, la un anumit subiect. Aceste comentarii pot oferi cadrelor didactice informații valoroase referitoare la conținuturile care cauzează dificultăți cursanților.

Exemplul de copertă de fișă de rezumat de mai jos include o primă pagină a rezumatului progresului înregistrat de cursant. Acest fapt poate fi folositor atât pentru cursant, cât și pentru profesor și poate ajuta la motivarea cursanților oferindu-le o indicație vizuală clară a progresului pe care l-au făcut.

Exemplu de copertă de fișă de rezumat

Titlul modulului			
Numele cursantului:			
Data începerii:		Data finalizării:	
Competențe	Activitate de învățare	Data îndeplinirii	Verificat
Competența 1 Alcătuiește schema de încadrare	Denumirea sau altă precizare referitoare la activitatea de învățare	Data la care obiectivul învățării a fost îndeplinit	Semnătura profesorului
Competența 2 Aprovizionează cu materiale și produse			
Competența 3 Acționează pentru obținerea randamentului economic			
Competența 4 Promovează serviciile oferite			



Exemplu de fișă de rezumat activitate

O precizare pentru fiecare activitate de învățare.

Competență	Activitate de învățare	Obiectivele învățării	Realizat
Detalii referitoare la competența care se dezvoltă.	Denumirea sau alte precizări referitoare la activitatea de învățare	Obiectivul(ele) activității de învățare Această activitate va ...	Data la care obiectivul învățării a fost îndeplinit
	Comentariile cursantului De exemplu: <ul style="list-style-type: none">• Ce le-a plăcut referitor la subiectul activității.• Ce anume din subiectul activității li s-a părut a constitui o provocare.• Ce mai trebuie să învețe referitor la subiectul activității.• Ideile cursanților referitoare la felul în care ar trebui să-și urmărească obiectivul învățării.		
	Comentariile profesorului De exemplu: <ul style="list-style-type: none">• Comentarii pozitive referitoare la ariile în care cursantul a avut rezultate bune, a demonstrat entuziasm, s-a implicat total, a colaborat bine cu ceilalți.• Ariile de învățare sau alte aspecte în care este necesară continuarea dezvoltării.• Ce au stabilit cursanții și profesorul că ar trebui să facă cursantul în continuare luând în considerare ideile cursantului despre cum le-ar plăcea să-și urmeze obiectivele învățării.		



Cuvinte cheie/Glosar

Atribuție – sferă de autoritate, de competență a cuiva; muncă dată cuiva spre îndeplinire; însărcinare.

Calificare – acțiunea de a se califica și rezultatul ei, prin pregătirea într-un anumit domeniu de activitate.

Compartimentul de muncă – o grupare de persoane care desfășoară activități asemănătoare sau complementare, într-un anumit spațiu sub coordonarea unui conducător.

Competență – capacitatea de a exercita anumite atribuții.

Funcția – totalitatea posturilor asemănătoare din punct de vedere al sarcinilor, competențelor și responsabilităților.

Nivelul ierarhic – treapta ierarhică pe care se găsesc compartimentele și posturile de conducere aflate la aceeași distanță de conducere.

Ponderea ierarhică – numărul de persoane conduse efectiv de un cadru de conducere.

Postul – componenta elementară a structurii organizatorice a întreprinderii, care cuprinde ansamblul sarcinilor, competențelor și responsabilităților ce revin unui angajat, la un loc de muncă, în vederea realizării obiectivelor individuale.

Responsabilitățile – atitudinea angajatului față de sarcini și obiective. Determină răspunderi materiale și/sau disciplinare.

Sarcinile – procese de muncă simple sau complexe care revin angajatului în mod organizat și permanent pentru realizarea obiectivelor individuale.



Informații pentru cursanți

Cursanții își vor dezvolta competențele individuale precizate în cadrul acestui modul prin realizarea activităților de învățare propuse de profesor. Profesorul are libertatea de a dezvolta anumite conținuturi și de a le eșalona în timp.

Parcurgerea conținuturilor se va face în ordinea următoare:

- I. Alcătuirea schemei de încadrare
- II. Aprovizionarea cu materiale și produse
- III. Obținerea randamentului economic
- IV. Promovarea serviciilor .

Activitățile de învățare pe care le pot finaliza cursanții într-o oră de curs sau pe parcursul mai multor ore se realizează prin stabilirea obiectivelor de învățare împreună cu profesorul.

Cursanții trebuie să știe care sunt activitățile ale căror rezultate vor fi utilizate în scopul evaluării.



ACTIVITĂȚI DE ÎNVĂȚARE

Activitatea 1.1

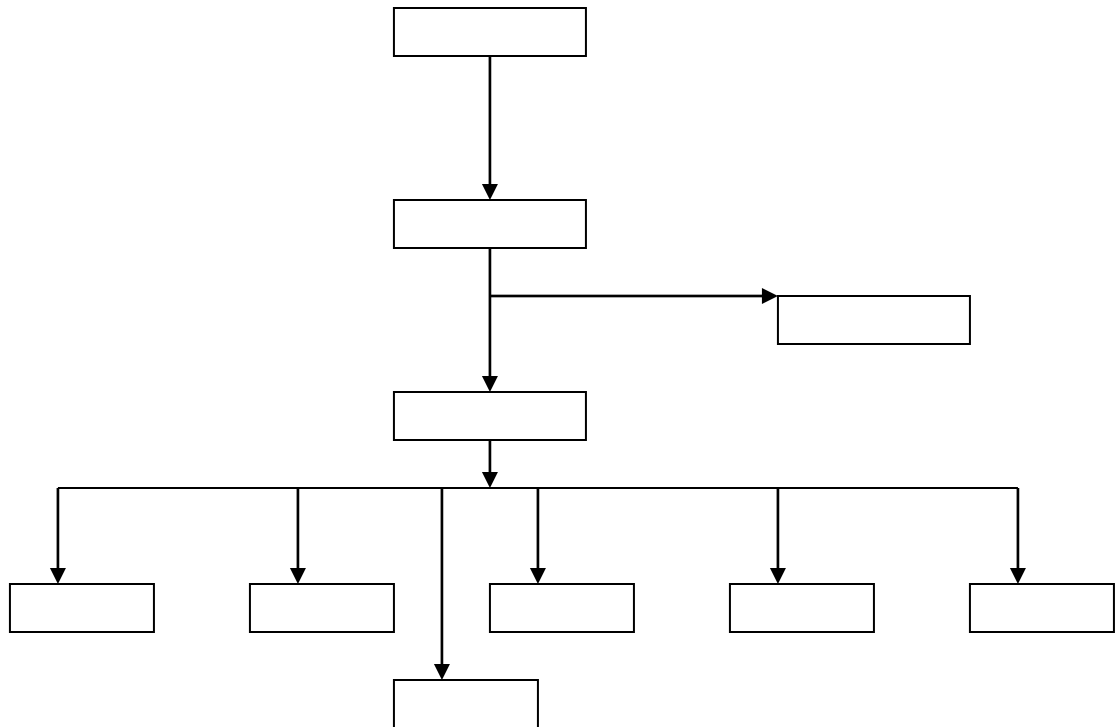
Stabilirea organigramei într-un salon de frezerie



Cursanții trebuie să completeze casetele schemei propuse, delimitând compartimentele și identificând tipul salonului de frezerie.

Activitatea se desfășoară individual.

- Timp de lucru: 10 min.
- Această activitate va ajuta să învățați despre schema de încadrare a unui salon de frezer.



Activitatea 1.2

Fișa postului



Cursanții se grupează în 4 echipe pentru a întocmi fișa postului unui angajat din salonul de freizer. Cele 4 echipe trebuie să-și stabilească postul pentru care vor întocmi fișa.

Posturile propuse de către profesor sunt: - frizer (care are și sarcina de responsabil PSI);
- coafor;
- casier ;

Fiecare echipă va avea un lider, care va prezenta fișa întocmită.

- Timp de lucru: 20 min.
- Această activitate vă va ajuta să învățați despre noțiunile necesare descrierii și cerințelor postului.



ANEXĂ – Fișa de documentare 2

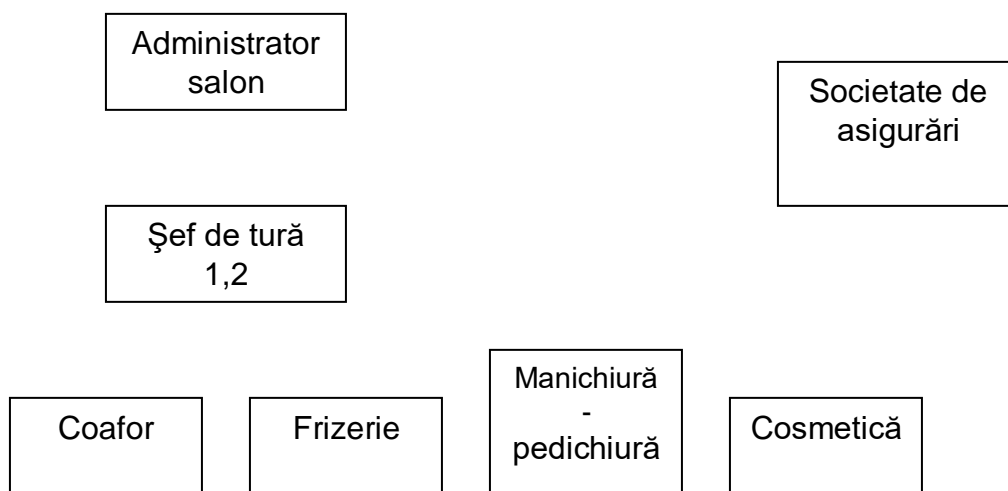
Activitatea 1.3 Relațiile organizatorice într-un salon de estetică.



Cursanții li se va prezenta o schemă de bază la videoproiector/ retroproiector sau pe o fișă individuală, pe care ei trebuie să identifice tipurile de relații organizatorice. Trebuie să realizeze legăturile dintre compartimente și sensul relațiilor.

Activitatea se desfășoară individual, iar fișa respectivă poate fi inclusă în portofoliul cursantului.

- Timp de lucru 15 min.
- Această activitate vă va ajuta să învățați care sunt relațiile organizatorice și nivelurile ierarhice într-un salon de frizerie.



Competența 2 Aprovizionează cu materiale și produse

Activitatea 2.1 Stabilirea materialelor și produselor pentru determinarea stocurilor



Se cere cursanților completarea următorului tabel în care să precizeze 5 echipamente și 5 produse necesare desfășurării activităților într-un salon de estetică.

Activitatea se desfășoară individual.

- Timp de lucru 15 min.
- Această activitate vă va ajuta să învățați despre necesarul de materiale și produse ce trebuie stocate într-un salon de frezerie.

Activitatea 2.2 Documente privind recepția, depozitarea și distribuția materialelor și produselor



Cursanții trebuie să completeze documentele necesare realizării recepției și depozitării pentru 2 produse cosmetice și 2 materiale pentru curățenie, potrivit datelor din factura fiscală.

Fiecare cursant va primi câte un document: Notă de intrare recepție, Fișă de magazie și Bon de consum.

Activitatea se desfășoară individual. Documentele vor fi incluse în portofoliul cursantului

- Timp de lucru 30 min.
- Această activitate vă va ajuta să învățați despre documentele și tehnicile de recepție, depozitare și distribuție într-un salon de estetică.



Activitatea 2.3 Stabilirea condițiilor de recepție, depozitare și distribuire.



Cursanții trebuie să precizeze condițiile de recepție, depozitare și distribuire a unui produs cosmetic și a unui material pentru curățenie (de exemplu vopsea de păr Londa și detergent pentru rufe Rex).

Activitatea se desfășoară individual. Documentele vor fi incluse în portofoliul cursantului

- Timp de lucru 15 min.
- Această activitate vă va ajuta să învățați despre tehnicile și condițiile de recepție, depozitare și distribuire într-un salon de frizerie.

Condiții de recepție:

Condiții de depozitare:

Controlarea distribuirii:



Competența 3 Acționează pentru obținerea randamentului economic

Activitatea 3.1 Selectarea celor mai bune oferte în raport de calitate/preț



Cursanții vor avea de interpretat un joc de rol:

- un cursant este cumpărătorul (administratorul salonului de frizerie);
- 2-4 cursanți sunt vânzători (reprezentanți ai unor firme de produse cosmetice, materiale și echipamente).

Între cursanți se va purta un dialog de prezentare a ofertelor, a avantajelor și a prețurilor.

Timp de lucru 10 min.

- Această activitate vă va ajuta să învățați cum să selectați cele mai bune oferte calitate/preț pentru salonul de estetică pe care-l administrați.



Activitatea 3.2 Monitorizarea consumurilor și a stocurilor de produse și materiale



Cursanții primesc o fișă de lucru cu următoarea aplicație:

În cadrul salonului de estetică MALINA, evidența produselor cosmetice se ține potrivit metodei de evaluare a costului mediu ponderat (CMP).

Se dau următoarele informații:

Stoc inițial 8 buc a 7 lei/buc

10.11 - intrare de stocuri 7 buc a 9 lei/buc

15.11 – ieșire de stocuri a 10 buc

20.11 – intrare de stocuri 5 buc a 8 lei/buc

25.11 – ieșire de stocuri a 7 buc.

Determinați consumurile și stocul final de vopsea.

Activitatea se desfășoară individual, calculele fiind incluse în portofoliul cursantului

- Timp de lucru 20 min.
- Această activitate vă va ajuta să învățați cum să determinați valoarea consumurilor și a stocului de produse și materiale la sfârșitul lunii într-un salon de frizerie.

Activitatea 3.3 Determinarea consumurilor de produse



Cursanții primesc o fișă de lucru cu următoarea aplicație:

În cadrul salonului de frezerie Cosmetiq trebuie stabilit programul de aprovizionare în funcție de lista resurselor materiale și consumurile specifice.

- Stabiliți lista de resurse materiale necesare operației de vopsit parul scurt, menținând 4 componente.
- Cunoscând consumurile specifice de materiale pentru vopsitul părului în suvițe determinați valoarea consumurilor pentru această operație.

Pudra decoloranta 200g a 50 lei/kg

Oxidant 200 g a 30 lei/kg

- Determinați valoarea tarifului pentru vopsitul părului în suvițe scurte, știind că manopera reprezintă 90% din valoarea consumurilor, TVA 20%.

Activitatea se desfășoară individual, calculele fiind incluse în portofoliul cursantului

- Timp de lucru 20 min.
- Această activitate va ajuta să învățați cum să determinați valoarea consumurilor și a stocului de produse și materiale la sfârșitul lunii într-un salon de frezerie.

Activitatea 3.4 Stabilirea prețurilor



Cursanții trebuie să calculeze tariful unor servicii oferite clienților potrivit operațiilor efectuate.

Fișă de lucru

Clientul Ana I. – păr scurt – dorește un tuns, tratament păr și coafat.

Clientul Ioana P. – păr lung – dorește un vopsit (2 tuburi), cofat cu bigudiuri și fixativ.

Clientul Florina V. – păr scurt – dorește tratament de păr, coafat perie și fixativ.

Clientul Vera G. – păr lung – dorește întins cu placa, coc și fixativ.

Cursanții trebuie să detalieze tarifele și pentru acele operații care nu sunt precizate, dar care sunt necesare.

Să determine încasarea din ziua respectivă.



Vezi anexa Fișa de documentare 3.3

Activitatea se desfășoară individual.

- Timp de lucru 20 min.
- Această activitate vă va ajuta să învățați să calculați tarifele practicate în salonanele de frizerie, pentru difetitele operații executate.

Competența 4 Promovează serviciile oferite

Activitatea 4.1 Realizarea unei reclame



Cursanții se grupează în echipe de câte 4 pentru a realiza o reclamă pentru presă în vederea promovării salonului de estetică în care își desfășoară activitatea.

Echipele își vor prezenta reclama în fața colegilor, cerându-le să precizeze cum au perceput mesajul lor și cui consideră că se adresează. Verificați astfel dacă mesajul transmis de voi a fost înțeles corect și ajunge la cine v-ați propus.

Fiecare echipă va avea un lider, care va prezenta reclama pentru presă, fiind inclusă în portofoliul cursanților.

- Timp de lucru: 20 min.
- Această activitate va ajuta să învățați despre folosirea mijloacelor de reclamă vizuale și auditive.



Activitatea 4.2 - Materiale promoționale



Cursanții se vor împărți în 4 echipe, având de realizat un proiect ce va cuprinde realizarea unui:

- ❖ catalog (5-10 pagini)
- ❖ pliant
- ❖ fluturași pentru a promova un salon de estetică și îngrijirea corpului omemesc.

Fiecare echipă va avea un lider, care va prezenta proiectul pentru salonul propriu.

- Această activitate vă va ajuta să învățați despre realizarea materialelor promoționale.



Materialele promoționale pot fi realizate cu ajutorul calculatorului, dar pot fi și manufacturate.



Activitatea 4.3 – Realizarea unei oferte pentru un salon de frezerie



Cursanții trebuie să realizeze o ofertă atractivă pentru un salon de frezerie în care și-ar desfășura activitatea. Acest lucru îl pot realiza în urma culegerii și studierii unor oferte de la saloanele care există pe piață, din diferite zone comerciale și care se adresează diferitelor categorii sociali de clienți.

Sarcină specială – să se realizeze o ofertă pentru un salon de frezerie.

În ofertă trebuie menționate - abonamente, reduceri de preț, servicii complementare, demonstrații, spectacole de promovare a tendințelor în modă.

Activitatea se desfășoară individual, iar studiile de caz și oferta respectivă pot fi incluse în portofoliul cursantului

- Timp de lucru 20 min.
- Această activitate vă va ajuta să învățați care este structura ofertei unui salon de estetică și care sunt mijloacele atractive pentru clienți.

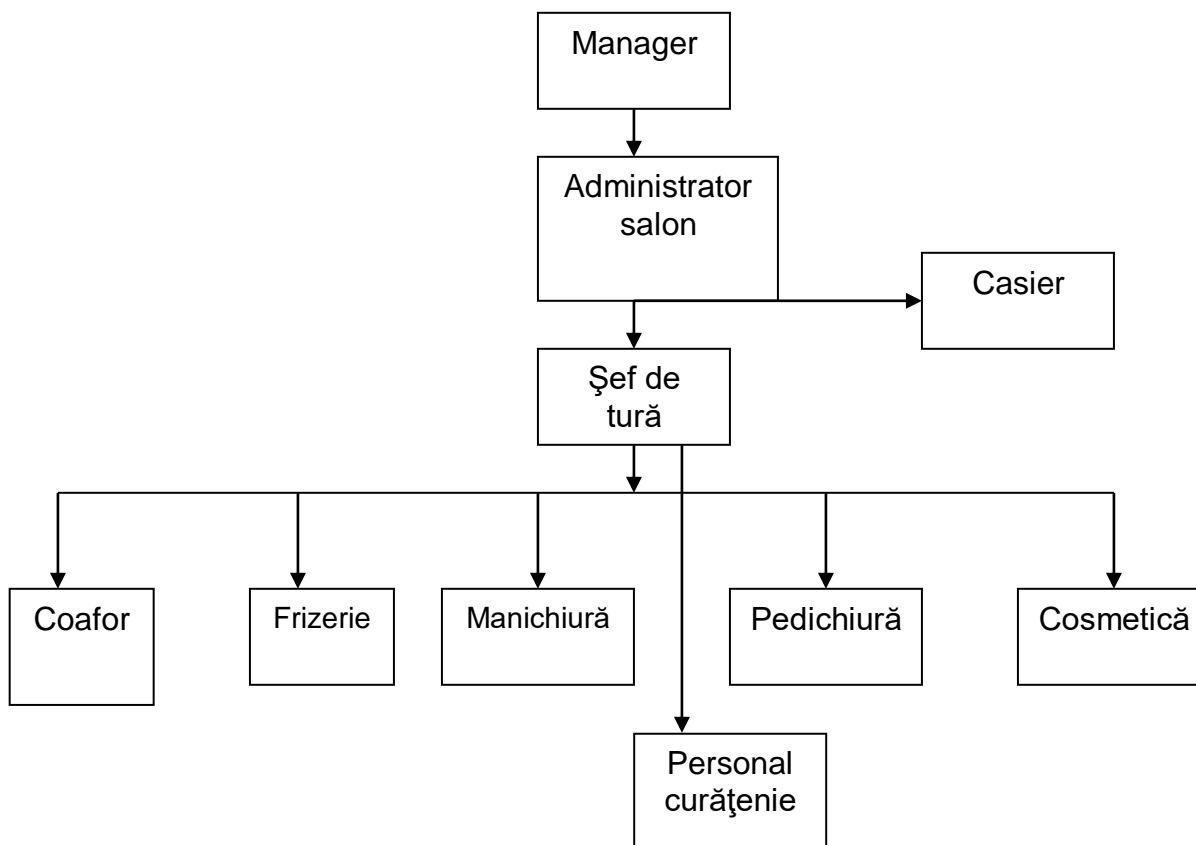
Soluționarea activităților de învățare

Rezultatele activităților desfășurate și ale evaluărilor, colectate atât de către profesor cât și de către cursant, trebuie strânse, astfel încât informațiile să poată fi regăsite.

Pentru cursanți, aceste tipuri de dovezi, pe care le pot avea, precum practica la locul de muncă, pot fi colectate într-un portofoliu.

Competența 1 Alcătuieste schema de încadrare

Activitatea 1.1 Stabilirea organigramei într-un salon de frizer



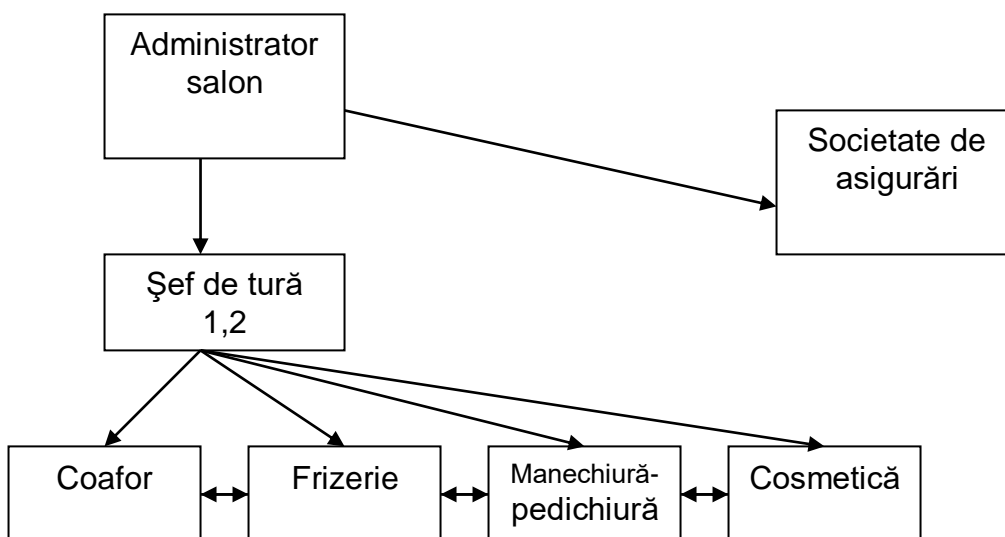
Activitatea 1.2 Fișa postului.

Profesorul le poate cere cursanților să cunoască conținutul fișei postului sau le poate da fișe cu structura fișei postului (cursanții doar completând spațiile necesare).

Profesorul poate folosi ca model fișa postului prezentată în auxiliar, alt model sau o poate simplifica (anexă Fișă documentare 1.2)



Activitatea 1.3 Relațiile organizatorice într-un salon de estetică



Relațiile stabilite sunt:

1. Administrator - Societatea de asigurări
2. Administrator – Șefii de tură
3. Șefii de tură – Coafor, Frizerie, Manichiură
Pedichiură, Cosmetică
4. Coafor – Frizerie – Manichiură-pedichiură – cosmetică

Relații de reprezentare

Relații ierarhice

Relații ierarhice

Relații de cooperare



Activitatea 2.1 **Stabilirea materialelor și produselor pentru determinarea stocurilor**



Activitatea 2.2



Documente privind recepția, depozitarea și distribuirea materialelor și produselor

Cursanților li se înmânează documentele privind:

- ❖ Recepția – Notă de intrare recepție
- ❖ Depozitarea – Fișă de magazie
- ❖ Distribuire – Bon de consum.

Cursanții trebuie să calculeze valorile potrivit relațiilor de calcul din documente.



Activitatea 2.3



Stabilirea condițiilor de recepție, depozitare și distribuire.

Condiții de recepție:

- calitativă- integritate;
- caracteristici organoleptice;
- termen de valabilitate;
- cantitativă- număr, cantitate.

Condiții de depozitare:

- rafturi, dulapuri în depozit
- conform indicațiilor din prospecte- temperatură, umiditate, luminozitate
- respectând condițiile de igienă

Controlarea distribuiri:

- în funcție de termenul de valabilitate

Activitatea 3.1

Selectarea celor mai bune oferte în raport de calitate/preț

Selectarea celei mai bune oferte calitate preț se va realiza prin alegerea celui mai bun interviu din cadrul jocului de rol.

Cursanții vor justifica și argumenta alegerea făcută prin prezentarea calităților produselor și materialelor, raportate la prețurile acestora.

Nu se va aplica criteriul, folosit uneori în practică „cel mai ieftin este cel mai bun sau cel mai scump este cel mai bun”.

Profesorul va interveni în justificarea făcută de cursant, corectându-i dacă este cazul sau discutând anumite precizări.

$CMP = \text{val. stoc initial} + \text{val intrarilor de stocuri} / \text{cantitate initiala} + \text{cantitati intrate}$
 $CMP = 8 \text{ buc} * 7 \text{ lei/buc} + 7 \text{ buc} * 9 \text{ lei/buc} + 5 \text{ buc} * 8 \text{ lei/buc} / 8 + 7 + 5 = 7,95 \text{ lei/buc}$
 Consumurile (iesiri) = cantitatile iesite * CMP
 $\text{Consumuri} = (10 + 7) * 7,95 = 135,15 \text{ lei}$
 $\text{Stocul final la sfarsitul lunii} = (\text{cantitate initial} + \text{cantitati intrate} - \text{cantitati iesite}) * CMP$
 $\text{Stocul final la sfarsitul lunii} = (8 + 7 + 5 - 10 - 7) * 7,95 = 3 \text{ buc} * 7,95 \text{ lei/buc} = 23,85 \text{ lei}$

Activitatea 3.3

Determinarea consumurilor de produse

a. Lista de resurse materiale necesare realizării vopsitului conține:

- Vopsea
- Oxidant
- Loșiune de șters vopseaua
- Șampon

b. Valoarea consumului de pudră decolorantă = $0,200\text{g} * 50 \text{ lei/kg} = 10 \text{ lei}$
 Valoarea consumului de oxidant = $0,200\text{g} * 30 \text{ lei/kg} = 6 \text{ lei}$
 Valoarea totală a consumurilor = $10 + 6 = 16 \text{ lei}$

c. Manoperă = consumuri totale * 90% = $16 * 90\% = 14,4 \text{ lei}$
 $TVA = (\text{consumuri totale} + \text{manoperă}) * 19\% = (16 + 14,4) * 20\% = 5,78 \text{ lei}$
 $\text{Tariful cu TVA} = \text{consumuri} + \text{manoperă} + TVA$
 $= 16 + 14,4 + 5,78 = 36,18 \text{ lei}$



Activitatea 3.4

Stabilirea prețurilor

Cursanții detaliază pentru fiecare serviciu operațiile necesare și calculează tarifele în funcție de lista de prețuri dată.

- Ana I. – păr scurt - s-au efectuat următoarele operații: spălat, balsam, tuns, tratament păr, spumă, coafat perie, fixativ.

$$\text{Tariful} = 5 \text{ lei} + 3 \text{ lei} + 15 \text{ lei} + 12 \text{ lei} + 9 \text{ lei} + 3 \text{ lei} + 3 \text{ lei} = 50 \text{ lei}$$

- Ioana P. – păr lung - s-au efectuat următoarele operații: spălat, balsam, 2 tuburi de vopsea, manoperă vopsit, spumă, coafat bigudiuri.

$$\text{Tariful} = 6 \text{ lei} + 4 \text{ lei} + 2 * 25 \text{ lei} + 10 \text{ lei} + 5 \text{ lei} + 10 \text{ lei} = 85 \text{ lei}$$

- Florina V. – păr scurt - s-au efectuat următoarele operații: spălat, balsam, tratament păr, coafat perie, ceară, fixativ.

$$\text{Tariful} = 5 \text{ lei} + 3 \text{ lei} + 15 \text{ lei} + 9 \text{ lei} + 3 \text{ lei} + 3 \text{ lei} = 48 \text{ lei}$$

- Vera G. – păr lung - s-au efectuat următoarele operații: spălat, balsam, întins placă, coc, ceară, fixativ.

$$\text{Tariful} = 6 \text{ lei} + 4 \text{ lei} + 5 \text{ lei} + 30 \text{ lei} + 3 \text{ lei} + 3 \text{ lei} = 51 \text{ lei}$$

Totalul încasărilor = 50 lei + 85 lei + 48 lei + 51 lei = 234 lei

Activitatea 4.1. **Realizarea unei reclame**

- Prin această activitate cursanții își vor demonstra creativitatea.
- Tema propusă se poate rezolva atât pe perechi sau în echipe, cât și individual.
- Este foarte importantă prezentarea reclamelor realizate în fața colegilor, pentru a evidenția situațiile în care mesajul propus nu ajunge la receptor așa cum a dorit emițătorul.
- Profesorul îi lasă pe cursanți să-și spună părerea, după care va da verdictul său.

Activitatea 4.2. **Materiale promoționale**

Pentru evaluarea materialelor promoționale se va constitui o echipă de observatori compusă din 4 cursanți care sunt reprezentanți ai celor 4 echipe. Comisia de observatori va ține cont de următoarele criterii:

Conținutul a respectat criteriile:

- Pliantul - prezintă oferta unui salon de estetică, pe o foaie cu mai multe fețe, care se împătorește;
 - ✚ hârtia utilizată este de bună calitate;
 - ✚ informațiile oferite sunt clare, prezintă date de contact.
- Fluturași - cuprind mai puține informații, dar esențiale pentru atragerea potențialilor clienți;
 - ✚ anunță un eveniment.
- Catalog - este un rezumat al tuturor serviciilor/articolelor oferite;
 - ✚ prezintă caracteristicile serviciilor și a produselor utilizate;
 - ✚ precizează tarifele și prețurile de vânzare a produselor cosmetice profesioniste.
- Estetica, impactul personal - Aspect de ansamblu deosebit;
 - ✚ Culorile sunt folosite adecvat fără să obosească privirea
 - ✚ Atrag atenția asupra serviciilor;
 - ✚ Sloganul are un mesaj concis și atrăgător;
 - ✚ Sigla este reprezentativă.

Prin această activitate cursanții vor trebui să studieze ofertele mai multor saloane de frizerie. Pentru a studia oferta acestora, cursanții trebuie să intre în contact cu diferite persoane cu care trebuie să discute și pe care trebuie să-i convingă să le prezinte ofertele promoționale.

Această activitate le permite cursanților să comunice cu persoane care administrează sau lucrează într-un salon de estetică, exersând astfel cunoștințele pe care le deține.

În urma studiilor efectuate, cursanții vor fi capabili să alcătuiască oferte atractive pentru salonul pe care l-ar putea înființa.



ANEXE

Fișă de documentare 1. Schema de încadrare a salonului de frizerie

Salonul de estetică și îngrijirea corpului omenesc funcționează în baza constituirii unui societăți comerciale.

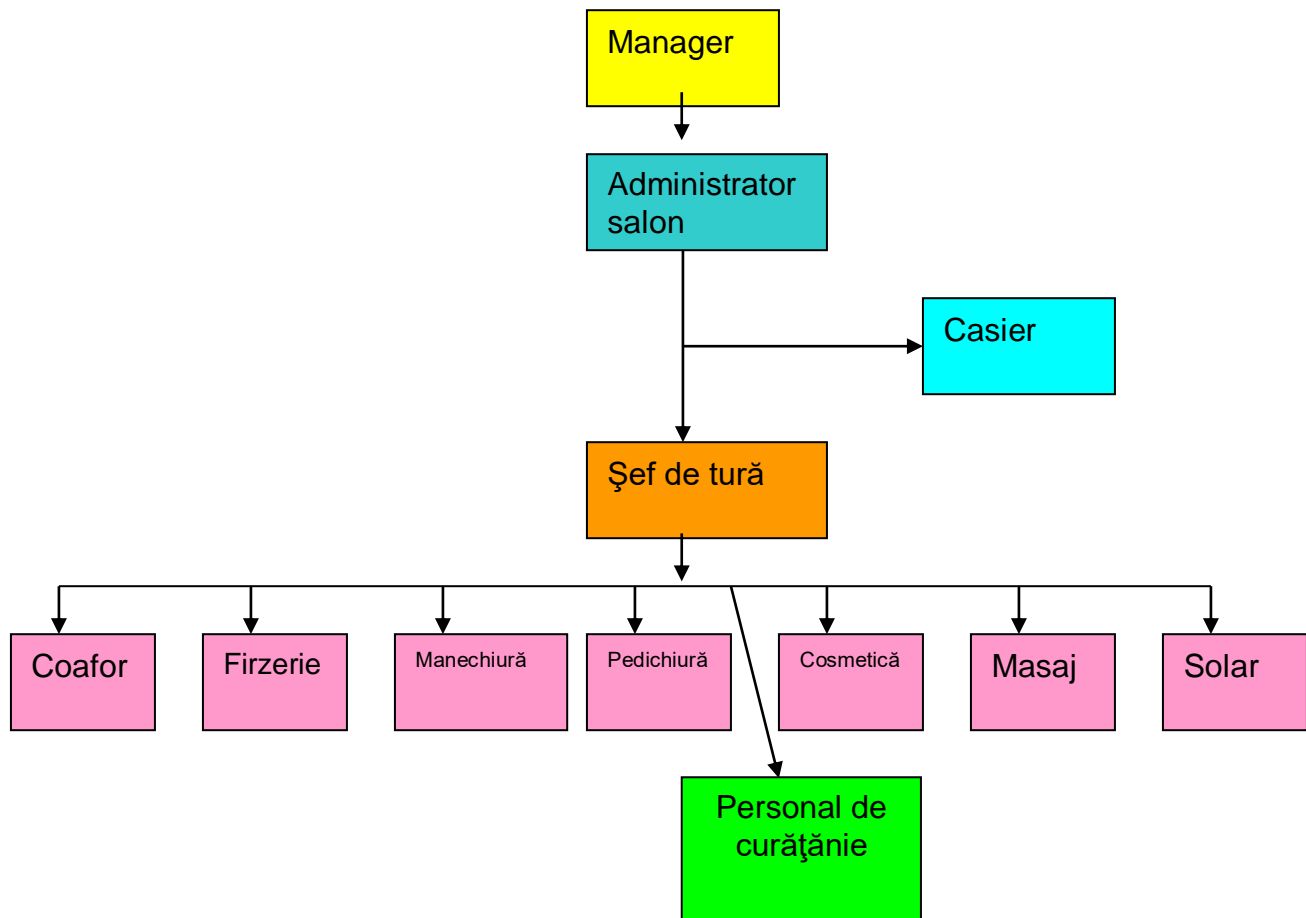
Societatea reprezintă un contract prin care două sau mai multe persoane se învoiesc să pună ceva în comun cu scopul de a împărți foloasele ce ar putea rezulta.

Forma juridică a unui salon de estetica este, de regulă, de societate cu răspundere limitată – SRL .

Condițiile de existență a unui SRL: - se constituie pe baza contractului de societate și a statutului, sau doar pe baza statutului când există unic asociat;

- ✓ capitalul social minim este de 200 lei;
- ✓ numărul de asociați, minim 1, maxim 50;
- ✓ capitalul social divizat în părți sociale;
- ✓ răspundera asociaților este limitată.

Organigrama este reprezentarea grafică a schemei de încadrare. Organigrama unui salon de estetică mixt este:





Saloanele de estetică și îngrijirea corpului omenesc se împart în mici-mijlocii și mari, în funcție de numărul de angajați și de serviciile oferite. De regulă acestea își organizează activitatea în **două schimburi**.



Saloanele de estetică mici-mijlocii au următoarele compartimente cu un număr de angajați repartizat astfel:

- Coafor 4-6 angajați;
- Firzer 4-6 angajați;
- Manichiură-pedichiură 1-2 angajați;
- Cosmetică 1-2 angajați.



Saloanele de estetică mari au compartimente mai multe și un număr de angajați mai mare:

- Coafor peste 6 angajați;
- Frizer peste 6 angajați;
- Manichiură 4 angajați;
- Pedichiură 4 angajați;
- Cosmetică 4 angajați;
- Masaj 4 angajați;
- Solar 2 angajați.

Fișă de documentare 2.

Fișa postului

Fișa postului este un document important ce prezintă în detaliu descrierea postului și cerințele acestuia pentru ca un angajat să-și poată exercita în condiții normale sarcinile de muncă în scopul atingerii obiectivelor individuale.



FIȘA POSTULUI

I. Descrierea postului

1 **Denumire post:** - Coafor - șef de tură

2 **Compartiment:** - coafor

3 **Titularul postului:** Popescu Ioana

4 **Nivel ierarhic:** - 3

5 **Pondere ierarhică:** 5-7

6 **Relații organizatorice:**

6.1 – de autoritate: - administratorului de salon

6.2 – de cooperare: - casierul

6.3 – de reprezentare: - reprezintă interesele salonului pe durata desfășurării activității în relațiile cu persoane din afara acestuia.

6.4 – de control: - exercită control ierarhic asupra personalului din subordine.

7 **Obiective individuale:** - constă în organizarea desfășurării activității pe timpul turei în cele mai bune condiții și în realizarea unor servicii de coafură moderne și de calitate, astfel încât să fie capabil a satisface cerințele oricărui client.

8 **Atribuții, sarcini și responsabilități:**

- efectuează servicii de coafor la standarde moderne în condiții normale de muncă;
- emite comenzi către furnizori pentru produse cosmetice și materiale de curățenie;
- răspunde de pontajul angajaților din tura sa;
- informează administratorul privind starea/defectarea echipamentelor de lucru, precum și situația stocurilor de materiale;
- răspunde de evidența echipamentelor și materialelor din unitate.

II. Cerințele postului

1 **Competențe profesionale**

1.1 Pregătire – absolvirea unei forme de învățământ (școală profesională, liceu, postliceală, cursuri de calificare) de specialitate în domeniul coafor – studii medii;

1.2 Experiență – minim 5 ani;

1.3 Cunoștințe – o solidă pregătire profesională, fiind la curent cu toate tendințele în domeniu;

1.4 Calități și aptitudini – simțul proporțiilor, creativitate, sociabilitate, diplomație, îndemănare, spirit de echipă, comunicare;

2 **Competențe manageriale**

2.1 Cunoștințe – cunoașterea proceselor desfășurate în cadrul salonului, stăpânirea mecanismelor de comunicare, decizionale și instrumentele acestora.

2.2 Calități și aptitudini – stare de sănătate corespunzătoare profesiei și cerințelor postului, fermitate, fidelitate, integritate, onestitate și inteligență;

3 Cerințe specifice – absolvent de liceu.



Fișă de documentare 3. Relații organizatorice

Relațiile organizatorice reprezintă relațiile ce se stabilesc între diferite subdiviziuni organizatorice datorită necesității unui schimb permanent de informații.

Relațiile organizatorice care pot exista într-un salon de frezerie sunt:



Din punct de vedere juridic:

- a. **Relații formale** – stabilite prin regulamentul de organizare și funcționare al salonului de frezerie
- b. **Relații informale** – nu sunt prevăzute în regulamente sau alte acte normative și se stabilesc datorită unor criterii subiective între persoane care lucrează într-un salon.



După conținutul informațiilor transmise:

- a. **Relații de autoritate-ierarhică** – stabilite între compartimentele subordonate ierarhic.
- b. **Relații de cooperare** – nu sunt oficiale, determinându-se între compartimente aflate pe același nivel ierarhic.
- c. **Relații de control** – se stabilesc între posturi cu sarcini de control și celelalte subdiviziuni organizatorice, pentru a verifica modul în care și-au desfășurat activitatea.
- d. **Relații de reprezentare** – se stabilesc între manageri sau administratorii de salon și alte persoane din afara firmei.

Fișă de documentare 5. Stabilirea condițiilor de recepție, depozitare și distribuire

Condițiile de recepție se referă la următoarele aspecte care trebuie verificate:

- **calitativă- integritatea** produselor sau materialelor respective, starea în care se găsesc acestea;
- **caracteristici organoleptice** se referă la:

- ❖ Aspect – culoare, dimensiune, formă
- ❖ Chinestezie – consistență, vâscozitate, textură
- ❖ Aromă – miros, gust, defecte.

- **termen de valabilitate** – reprezintă limita de timp, stabilită de producător, în care produsul poate fi consumat și în care acesta trebuie să-și mențină caracteristicile calitative prescrise.

- **cantitativă- număr, cantitate**



Condiții de depozitare

- rafturi, dulapuri în depozit
- conform indicațiilor din prospecte- temperatură, umiditate,
- luminozitate,
- respectând condițiile de igienă.



Controlarea distribuiri se realizează în funcție de termenul de valabilitate și de cât de repede sunt consumate.



Fișă de documentare 6. Stabilirea tarifelor în raport cu lista de prețuri

LISTA DE PREȚURI

Prețurile de mai sus includ T.V.A.-ul.

Cantitatea de produs aplicată (vopsea, styling, pudră, etc...), diferă în funcție de structura și volumul părului.

Fișă de documentare 7. Evaluarea consumurilor de materiale și produse

Prin consumuri se înțelege totalitatea bunurilor ce se utilizează pentru realizarea operațiilor de estetică și îngrijirea corpului omenesc într-un salon de estetică.

Consumurile se diferențiază pe categorii de bunuri, respectiv:

- Produse cosmetice necesare realizării activității de estetică în salon;
- Materiale pentru curățenie, întreținerea și igienizarea echipamentelor și a salonului.

Consumuri sunt considerate și acele ieșiri de produse cosmetice profesionale, care sunt comercializate prin intermediul salonului de estetică.

Ieșirile/consumurile se pot determina cu ajutorul uneia dintre metodele formei de evaluare a stocurilor la ieșirea din unitatea economică:

- **Metoda costului mediu ponderat (CMP)** – constă în calcularea la sfârșitul lunii a unui cost mediu, potrivit unei formule de calcul, la care vor fi evaluate toate consumurile din luna respectivă și stocul final.

$$\text{CMP} = \frac{\text{Cantitatea inițială} \times \text{prețul inițial} + \text{suma cantităților intrate} \times \text{prețurile de intrare din luna}}{\text{Cantitatea inițială} + \text{suma cantităților intrate}}$$

$$\text{Consumurile} = \text{cantitățile ieșite} \times \text{CMP}$$

$$\text{Stocul final} = \text{cantitatea rămasă pe stoc} \times \text{CMP}$$

- **Metoda FIFO – first in, first out – primul intrat, primul ieșit.** Constă în consumul primului lot intrat în unitate din punct de vedere cronologic, după consumul acestuia apelând la următorul lot intrat și tot așa în ordine cronologică. De regulă stocul final va fi compus din penultimul și ultimul lot intrat cronologic.
- **Metoda LIFO – last in, first out – ultimul intrat, primul ieșit.** Constă în consumul ultimului lot intrat în unitate din punct de vedere cronologic, după consumul acestuia apelând la penultimul lot intrat și tot așa în ordinea inversă cronologică. De regulă, stocul final va fi compus din primul lot intrat în unitate sau chiar din stocul inițial.



Într-un salon de estetică sunt evaluate bunurile materiale, creanțele, obligațiile, cheltuielile, și veniturile, rezultatele financiare precum și toate operațiunile economice ce au loc.

Pentru a evalua elementele se pot folosi diferite costuri, prețuri și tarife.

- + **Costurile** sunt formate din totalitatea cheltuielilor efectuate în vederea obținerii produselor, lucrărilor și serviciilor.
- + **Costul de achiziție** – este folosit pentru evaluarea bunurilor cumpărate din afara unității; el se compune din prețul de cumpărare negociat și înscris în factura furnizorului, cheltuieli de transport-aprovizionare, cheltuieli accesorii realizate în vederea punerii în funcțiune a echipamentelor și taxe nerecuperabile.
- + **Prețurile** reprezintă expresia bănească a valorii mărfurilor, concretizată în valoarea care se încasează pentru bunurile vândute. Prețurile diferă în raport de corelația cerere-ofertă.
- + Prețurile utilizate de agenți economici comerciali se împart în două categorii:
 - **prețul de vânzare cu ridicata** (angro – practicat între agenții comerciali);
 - **prețul de vânzare cu amănuntul** (detail – practicat la vânzarea prin magazine către populație).
- + **Tarifele** se folosesc pentru evaluarea serviciilor și lucrărilor executate.



- $\text{Costul de achiziție} = \text{Preț de cumpărare} + \text{Chelt. transport-aprovizionare} + \text{Chelt. accesorii} + \text{Taxe nerecuperabile.}$
- $\text{Prețul de vânzare} = \text{Costul de achiziție} + \text{Adaos comercial}$
- $\text{Prețul de vânzare cu amănuntul} = \text{Costul de achiziție} + \text{Adaos comercial} + \text{TVA}$

Adaos comercial – reprezintă câștigul pe care dorește comerciantul să-l obțină din vânzarea mărfurilor.

$$\text{Adaos comercial} = \text{Costul de achiziție} \times \text{AC\%}$$

TVA – taxa pe valoare adăugată, cotă standard de 20%.

Fișă de documentare 9. Promovarea serviciilor prin tehnici de publicitate



Publicitatea – cuprinde acțiunile ce au drept scop prezentarea indirectă auditivă și, sau vizuală a unui mesaj în legătură cu o idee, un produs, serviciu, marcă sau întreprindere. Presupune utilizarea mai multor mijloace și tehnici:

1. **Reclama** = este metoda clasică de promovare a produselor. Este utilizată atât la lansarea unui nou produs, cât și mai apoi, pe tot parcursul ciclului de viață pentru întreținerea atenției consumatorului.

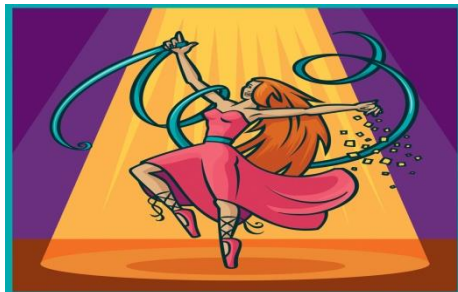
Reclamele se pot prezenta :

- ✚ în presă;
- ✚ la radio;
- ✚ la televizor;
- ✚ pe internet.

2. **Publicitatea exterioară** = comunică idei simple și concise, menite să stimuleze vânzarea, fiind eficientă mai ales în orașe. Aceasta se concretizează prin afișe și anunțuri publicitare amplasate

- ❖ în spații comerciale;
- ❖ pe zidurile clădirilor;
- ❖ pe panouri special amenajate;
- ❖ bannere;
- ❖ pe mijloacele de transport.

3. **Materiale publicitare** = sunt reprezentate prin editarea de pliante, prospecte, broșuri sau cataloage.



Fișă de documentare 10. Materiale promoționale

Pliantele prezintă oferta unei firme, pe o foaie publicitară cu mai multe fețe. Caracteristicile pliantului sunt:

- Hârtia utilizată trebuie să fie de bună calitate.
- Oferă mai puține informații și sunt economice.
- Pot fi distribuite la colțul străzii, pe parbrize, cu prilejul unor evenimente.
- Sunt mai eficiente atunci când anunță oferirea unui premiu, sunt legate de o campanie de promovare deja lansată.



Broșura oferă mai multe detalii despre serviciile oferite. În general, într-o broșură sunt prezentate produsele sau serviciile oferite de un salon de estetică la un moment dat, acestea constituind oferta specială a salonului, reducerile de preț, produsele noi.

Fluturașii cuprind mai puține informații, dar esențiale pentru atragerea potențialilor clienți în salonul de estetică promovat. Se folosesc îndeosebi pentru anunțarea unor evenimente și au o viață scurtă,



limitată în timp.

Afișul joacă un rol important în publicitatea comercială. Rolul afișului este de a încerca să imprimе o idee în subconștient sau s-o reamintească. În cazul afișului imaginea este cea mai importantă. Ea trebuie să fie reprezentativă pentru produsul sau serviciul promovat.

Catalogul este un rezumat al tuturor articolelor oferite de firmă, precizând caracteristicile lor și prețurile de vânzare. Catalogul este o adevărată vitrină a producătorului sau prestatorului de servicii și are rolul unui ghid pentru clienții potențiali.

Bibliografie - profesor

1. Balaure, V., (coordonator) - "Marketing", Editura Uranus, București, 2000
2. Capotă, V. Dinescu, M., Paraschiv, D. – "Planificare operațională" manual, Editura Art Akademos, București, 2007.
3. Diaconescu, M. – „Marketing”, Editura Universitară, București, 2005.
4. Lefter, V., Chivu, I – "Economia întreprinderii" manual, Editura Economică Preuniversitaria, București, 2005.
5. Popan, M. – „Contabilitate” manual clasa a IX-a, Editura Oscar Print, București, 2004.
6. Vișan, D. – „Auxiliar curricular cls. A XIII-a – Modulul Reclama și publicitate”, Programul PHARETVET.RO, 2006
7. Ministerul Finanțelor Publice – „Norme metodologice pentru întocmirea și utilizarea formularelor comune privind activitatea financiară și contabilă și modelele acestora”, Editura Economică Preuniversitaria, 2000.
8. Standardul de Pregătire Profesională, Domeniul: Servicii, Nivelul 3;
9. www.business.ro,

Bibliografie – cursanți

1. Capotă, V. Dinescu, M., Paraschiv, D. – "Planificare operațională" manual, Editura Art Akademos, București, 2007.
2. Lefter, V., Chivu, I – "Economia întreprinderii" manual, Editura Economică Preuniversitaria, București, 2005.
3. Popan, M. – „Contabilitate” manual clasa a IX-a, Editura Oscar Print, București, 2004.

