

Tabel:
Conceptul desfășurării cursului de instruire Oktrainings SRL

Denumirea modulului	Obiectivele modulului	Conținutul modulului (ce vor învăța participanții. Dezagregați conținutul programului din caietul de sarcini)	Metode de instruire utilizate	Resurse	Rezultate obținute la final de instruire	Livrabile	Riscuri de implementare	Recomandări
Modulul 3. E- COMERȚ (16 ore academice)	Obiectivele modulului sunt formulate conform principiului SMART (specifice, măsurabile, realizabile, relevante și încadrate în timp) și urmăresc dezvoltarea graduală a competențelor participanților, de la nivelul de cunoaștere până la aplicarea practică și integrarea în activitatea curentă a afacerii.	Conținutul modulului 3: E- comerț (Ce vor învăța participanții – detaliere conform prezentării de formator și structurii programului din caietul de sarcini)	Instruirea este concepută pe baza principiilor de învățare activă și experiențială, îmbinând teoria cu aplicabilitatea imediată, cu flexibilitate și adaptabilitate a metodelor în funcție de profilul și nevoile participanților. Metodele utilizate includ: Prezentări interactive cu suport vizual (PPT), structurate pe capitole tematice, cu exemple concrete din piața de e- comerț din Republica Moldova;	Pentru asigurarea unei instruiri interactive și eficiente, programul va beneficia de următoarele resurse: Formator cu experiență practică în domeniul e- comerțului și tehnologiilor digitale pentru afaceri;	La finalul modulului, participanții vor dobândi competențe aplicabile imediat în activitatea profesională. Concret, aceștia vor fi capabili să: Definească structura și componentele unui sistem e- comerț funcțional;	Pe parcursul și la finalul instruirii, fiecare participant va primi: Prezentăril e PowerPoin t utilizate de formator, în format digital, structurate pe fiecare capitol al modulului;	Deși programul este bine structurat și planificat în detaliu, pot exista anumite riscuri care ar putea influența buna desfășurare a instruirii. Acestea includ:	Pentru a asigura un impact maxim al instruirii și atingerea obiectivelor programului, se recomandă respectarea următoarelor bune practici:

	La nivel de cunoaștere și înțelegere: La finalul acestui modul, participanții vor putea: Explica ce este comerțul electronic și care sunt cei trei piloni ai unui sistem e-comerț (front-end, back-end, ecosistem); Describe cadrul legal aplicabil e-comerțului în Republica Moldova (Legea nr. 284/2004 privind comerțul electronic, Legea nr. 133/2011 privind protecția datelor cu caracter personal); Diferența tipurile de	1. Esență, caracteristici, tendințe e-comerț Definiția comerțului electronic și cei patru piloni: tranzacții, plăți online, logistică, relația cu clientul; Arhitectura unui sistem e-comerț: front-end (ce vede clientul), back-end (motorul invizibil), ecosistem (parteneri externi - bănci, curieri, platforme de plată, publicitate); Avantaje (disponibilitate 24/7, acoperire geografică, costuri operaționale reduse, date și măsurare) și provocări reale (concurență digitală globală, costuri de marketing, logistică și returnuri, securitate); Piața e-comerț din Republica	Checklist-uri aplicate (conformitate legală) și tabele comparative (modele de business) pentru sprijinirea deciziilor practice ale participanților; Workshop practic cu exerciții live de utilizare a instrumentelor de inteligență artificială (generare descrieri de produse, analiză de competitori); Studii de caz din piața locală, analizate și discutate în grup; Exercițiu interactiv de audit rapid al unui magazin online real; Lucru pe subgrupe mici în cadrul grupei de instruire, pentru a păstra interactivitatea și la grupe numeroase; Exercițiu final de tip pitch, pentru consolidarea și verificarea practică a cunoștințelor;	Sală de instruire offline, adecvată numărului de participanți (minim 45 persoane conform cerinței ODA), cu iluminare corespunzătoare, sistem de aerisire/aer condiționat și acces facil pentru persoanele cu dizabilități; Videoproiector de înaltă rezoluție, ecran de proiecție, sistem audio, flipchart cu foi și markere colorate; Acces la calculator/laptop pentru exercițiile practice cu instrumente de inteligență artificială; Materiale auxiliare: hârtie	Verifice conformitatea legală a unei afaceri online cu legislația din Republica Moldova; Aleagă modelul de vânzare online (magazin propriu, marketplace, dropshipping, social commerce) potrivit propriei afaceri; Elaboreze un plan de lansare pentru o afacere e-comerț; Organizeze procesele operaționale de bază (plăți, livrare, relația cu clienții, securitate); Utilizeze instrumente de inteligență	Suport de curs tipărit și/sau digital, conform structurii cerute (titlul temei, obiective, conținut, exerciții, resurse, sarcini practice); Checklist de conformitate legală pentru afaceri online; Chestionar de evaluare inițială (pre-instruire) și chestionar de evaluare finală (post-instruire); Fișe de exerciții și studii de	Probleme tehnice sau de infrastructură – deconectarea neașteptată a curentului electric, defecțiuni ale echipamentului tehnic (proiector, calculator, sistem audio) sau probleme de conexiune la internet necesară pentru exercițiile practice; Indisponibilitatea formatorului – situații neprevăzute (boală sau alte urgențe), gestionabile prin reprogramarea sesiunii sau înlocuirea temporară cu un alt formator din echipă; Menținerea interactivității la grupe numeroase – grupa fiind formată din minim 45 de participanți conform cerinței ODA, există riscul ca implicarea individuală să fie mai dificil de asigurat	Organizarea grupei mari (minim 45 participanți) pe subgrupe de lucru de 5-6 persoane pentru exercițiile practice și studiile de caz, pentru a păstra interactivitatea și implicarea individuală; Pregătirea din timp a sălii și a logisticii tehnice (inclusiv acces la calculator/internet pentru exercițiile cu instrumente de inteligență artificială), adaptată numărului de participanți și cu acces facil pentru persoanele cu dizabilități; Gruparea participanților, pe cât posibil, în funcție de
--	--	--	--	--	---	---	---	---

	afaceri e-comerț (B2B, B2C, C2C, C2B) și modelele de vânzare online (magazin propriu, marketplace, dropshipping, social commerce); Identifice etapele lansării unei afaceri online și principalele tendințe ale pieței de e-comerț din Republica Moldova. La nivel de aplicare: Participanții vor fi capabili să: Aleagă modelul de e-comerț cel mai potrivit pentru propria afacere, pe baza analizei comparative (investiție,	Moldova: dimensiune, dinamică, oportunități; Evoluția e-comerțului în ultimii ani și tendințele actuale, inclusiv rolul inteligenței artificiale. 2. Canale vânzări online: webshop, marketplace, social media Magazin online propriu: control total asupra brandului, prețurilor și datelor clienților, dar necesită investiție și trafic propriu; Marketplace: vânzare pe platforme terțe, trafic instant, dar comision și relație limitată cu clientul; Social commerce: vânzare prin rețele sociale (Instagram, Facebook) - instrumente, public	Discuții ghidate și sesiuni de întrebări și răspunsuri; Chestionare de evaluare pre- și post-instruire.	A4, pixuri, ecusoane, blocnotesuri, materiale de suport pentru formator; Suport de curs tipărit și/sau digital (PDF) pentru fiecare participant, inclusiv checklist de conformitate legală și lista de prompturi AI; Chestionare de evaluare inițială (pre-instruire) și finală (post-instruire); Pauze de cafea (2 pauze: ceai, cafea, biscuiți), conform cerințelor caietului de sarcini.	artificială pentru generarea de conținut și analiza pieței; Măsoare rezultatele unei afaceri online prin indicatori de rentabilitate și KPI relevanți.	caz aplicate (alegerea modelului de business, auditul unui magazin online); Lista de prezență semnată olograf de participanți ; Poze de la sesiunile de instruire, transmise electronic către ODA conform cerințelor de raportare.	pentru fiecare participant; Diferențe mari de nivel de digitalizare între participanți (unii au deja afaceri online, alții pornesc de la zero), care pot crea dificultăți în livrarea unui conținut echilibrat; Evoluția rapidă a domeniului (platforme, instrumente AI, reglementări) – necesită actualizarea constantă a materialelor de curs.	nivelul de digitalizare a afacerii lor, pentru un conținut echilibrat și relevant pentru toți; Adaptarea exemplurilor și studiilor de caz la domeniile de activitate ale participanților, pentru a asigura aplicabilitatea imediată a celor învățate; Furnizarea materialelor de curs (inclusiv checklist-ul de conformitate legală și lista de prompturi AI) în format tipărit și digital, pentru revizuire ulterioară; Monitorizarea progresului prin chestionarele de evaluare pre- și post-instruire, pentru a măsura
--	---	--	---	---	--	---	---	---

	marjă, timp până la prima vânzare, control asupra brandului); Verifice conformitatea legală a propriei afaceri online folosind checklist-ul de conformitate (termeni și condiții, politica de retur, privacy policy, identificare firmă); Organizeze procesele operaționale de bază ale unei afaceri e-comerț (plăți online, logistică/livrare, relația cu clienții, securitate); Utilizeze instrumente moderne, inclusiv de inteligență artificială, pentru	țintă și avantaje specifice fiecărei platforme; Comparație între canale: investiție inițială, timp până la prima vânzare, marjă tipică, controlul brandului, risc operațional. 3. Cadrul legal e-comerț Legea privind comerțul electronic: obligațiile furnizorului (identificare, preț afișat clar, termeni de vânzare vizibili) și drepturile consumatorului (retur 14 zile, informare prealabilă); Protecția datelor cu caracter personal: obligații de înregistrare, consimțământ explicit, drept la ștergere și rectificare, notificarea breșelor de securitate;						impactul real al formării.
--	--	---	--	--	--	--	--	----------------------------

	generarea de conținut și analiza competitorilor. La nivel de integrare: După finalizarea modulului, participanții vor putea: Elaboreze un plan de lansare pentru o afacere e-comerț, integrând modelul de business, conformitatea legală și organizarea operațională; Măsoare și interpreteze rezultatele afacerii online prin indicatori de rentabilitate și KPI relevanți; Contribuie la creșterea sustenabilă a afacerii prin	cerințe suplimentare (GDPR) pentru vânzarea către clienți din UE; Autentificare și semnătură electronică: diferența dintre confirmarea identității și confirmarea acordului, instrumentele guvernamentale disponibile; Checklist de conformitate legală înainte de lansarea unei afaceri online. 4. Tipuri de afaceri e-comerț Cele patru categorii, după cine vinde către cine: B2B (Business-to-Business), B2C (Business-to-Consumer), C2C (Consumer-to-Consumer), C2B (Consumer-to-Business);						
--	---	--	--	--	--	--	--	--

	adaptarea strategiei de vânzare online la tendințele pieței.	Diferențe fundamentale între B2B și B2C: ciclul de vânzare, volumul tranzacțiilor, modul de luare a deciziei, prețul și modalitatea de plată; Particularitățile modelelor C2C și C2B - platformele de anunțuri și economia serviciilor oferite de particulari. 5. Cum funcționează o afacere e-comerț Etapele lansării unei afaceri online: validarea ideii, înregistrarea juridică (întreprindere individuală sau SRL), alegerea modelului și platformei, construirea site-ului, integrarea sistemelor de plată și livrare, pregătirea conținutului,						
--	---	--	--	--	--	--	--	--

		lansarea și marketingul inițial; Alegerea formei juridice potrivite: costuri de înregistrare, răspundere, regim fiscal; Sisteme de plată online disponibile în Republica Moldova și particularitățile fiecăruia; Opțiuni de livrare și suport pentru clienți. 6. Organizarea proceselor operaționale (pregătirea ofertei, marketing, logistică, plăți, relațiile cu clienții, securitate) Pregătirea ofertei: fotografii și descrieri de produs, inclusiv utilizarea instrumentelor de inteligență artificială pentru						
--	--	--	--	--	--	--	--	--

		generarea de conținut; Marketing: diferența dintre descoperirea prin căutare (intenție de cumpărare) și prin rețele sociale (impuls de cumpărare), optimizarea pentru căutări locale; Logistică: opțiuni de curierat disponibile pe piața locală și regională; Plăți: integrarea sistemelor de plată online și particularitățile fiecărei soluții; Relația cu clienții: canale de suport (mesagerie, chat live, email) și bunele practici de răspuns rapid; Securitate: riscurile principale (lipsa certificatului de securitate, date neprotejate, fraude) și soluțiile de bază						
--	--	--	--	--	--	--	--	--

		pentru prevenirea lor. 7. Trend-uri în e-comerț Evoluția pieței: de la adoptarea forțată a vânzării online, la maturizarea competiției și integrarea inteligenței artificiale în activitatea curentă; Instrumente de inteligență artificială aplicabile în e-comerț: generare de conținut, analiza competitorilor, automatizarea unor procese de marketing; Strategia hibridă (combinarea magazinului propriu, marketplace-urilor și rețelelor sociale) ca răspuns la tendințele actuale ale pieței. 8. Măsurarea rezultatelor e-						
--	--	---	--	--	--	--	--	--

		comerț: rentabilitate și KPI Indicatori de performanță relevanți pentru o afacere online: marja de profit, investiția inițială, timpul până la prima vânzare; Analiza comparativă a rentabilității pe fiecare canal de vânzare (magazin propriu, marketplace, dropshipping, social commerce); Studii de caz din piața locală: ce factori au determinat succesul unor afaceri e-comerț din Republica Moldova și ce lecții pot fi aplicate.						
--	--	--	--	--	--	--	--	--

Semnat: _____ Numele, Prenumele: Olga Colesnicova În calitate de: Administrator

Ofertantul: Oktrainings SRL Adresa: or. Chisinau str. Trandafirilor 29/1, 95