

Tabel:
Conceptul desfășurării cursului de instruire

Denumirea modului	Obiectivele modului (SMART)	Conținutul modului	Metode de instruire	Resurse utilizate	Rezultate obținute la final	Livrabile aferente	Riscuri de implementare	Recomandări de mitigare
MODULUL 1 Identificarea clienților și crearea valorii produsului 12 ore academice	O1: Să identifice 3 segmente țintă de clienți pentru produsul propriu până la finalul săptămânii 1 O2: Să aplice modelul Kano pentru clasificarea a min. 5 caracteristici ale produsului O3: Să elaboreze o propunere de valoare clară (UVP) pentru produsul propriu	1.1 Generarea și validarea ideilor de produs: • Tehnici SCAMPER, „6 pălării de gândire” • Matricea de prioritzare (impact vs. efort) • Criterii de selecție: fezabilitate, piață, resurse 1.2 Identificarea consumatorului (Modelul Kano): • Atribute de bază, performanță, deliciu • Construirea profilului clientului ideal • Customer journey mapping 1.3 Crearea valorii produsului: • Propunerea unică de valoare (UVP) • Diferențierea față de concurență • Poziționarea pe piață SARCINĂ: Analiză de profil client pe baza surselor deschise (rețele sociale, forumuri, rapoarte de piață) + formulare UVP	• Prelegeri interactive (20%) • Learning-by-doing (40%) • Lucru pe proiecte proprii (30%) • Studii de caz locale (10%)	• Prezentări PPT (30 slide-uri) • Fișe de lucru și template-uri • Ghid analiză profil client din surse deschise • Studiu de caz: producător de gem artizanal	• Participanții identifică min. 3 segmente țintă validate • Maparea completă a modelului Kano pe produsul propriu • Formularea UVP clar și testabil	L1: Profilul clientului ideal (buyer persona) – 1 fișă L2: Analiză de profil client din surse deschise – 1 document L3: Propunerea unică de valoare (UVP) – 1 pagină L4: Customer journey map – 1 hartă vizuală	R1: Absențe și abandon (participanții renunță din cauza programului încărcat sau a distanței) R2: Nivel diferențiat de pregătire (unii au deja afaceri, alții abia încep)	• Instruirea se desfășoară offline în localitatea grupului; pauze active frecvente • Formatorul formează perechi mixte (experimentați + începători) pentru peer-learning
SESIUNE MENTORAT I 5 ore academice (online, Zoom)	O1: Să primească feedback constructiv asupra profilului de client și UVP O2: Să ajusteze strategia de validare pe baza rezultatelor inițiale	• Prezentarea analizei de profil client de către fiecare participant • Feedback individual și de grup din partea mentorului • Identificarea punctelor slabe și oportunităților de îmbunătățire • Plan de acțiune pentru ajustarea UVP	• Prezentări individuale • Feed-back circular • Coaching de grup	• Platforma Zoom • Fișe de feedback (elaborate de echipa proiectului) • Grup de peer-support	• UVP rafinat pe baza feedback-ului real • Plan de acțiune clar pentru săptămâna 2	L1: UVP revizuit și validat – 1 document L2: Plan de acțiune săptămâna 2 – 1 pagină L3: Fișa de feedback de la mentor – 1 fișă/participant	R1: Conexiune tehnică slabă la Zoom (zone rurale cu internet limitat) R2: Lipsa motivației de a continua după prima săptămână	• Pregătirea unui ghid PDF de accesare Zoom + test tehnic prealabil • Mentorul stabilește obiective micro (pe săptămână) și

								celebrează progresele rapide
MODULUL 2 Analiza Pieței 14 ore academice	O1: Să elaboreze un Business Model Canvas complet pentru produsul propriu O2: Să identifice și analizeze min. 5 concurenți direcți și indirecti O3: Să dezvolte un plan concret de intrare pe piață cu cronologie și buget	2.1 Modelul Canvas: • Cele 9 blocuri ale modelului de afaceri • Relația dintre segmente, canale și surse de venit • Adaptarea Canvas pentru producători locali 2.2 Segmentare + analiza concurenței: • Segmentare demografică, geografică, comportamentală • Analiza SWOT a concurenței • Identificarea avantajului competitiv • Price positioning vs. competitors 2.3 Plan de intrare pe piață: • Strategii de penetrare: price skimming, penetration pricing • Canale de distribuție pentru produse locale • Parteneriate strategice locale SARCINĂ: Elaborarea planului de intrare pe piață pentru produsul propriu	• Workshop colaborativ (35%) • Analiză pe teren (25%) • Lucru individual (25%) • Dezbateri și pitch (15%)	• Template Business Model Canvas • Fișă de analiză a concurenței • Lista piețelor și târgurilor locale • Ghid canale de distribuție	• Canvas validat și completat integral • Analiza concurențială documentată • Plan de intrare pe piață cu termene și responsabilități	L1: Business Model Canvas completat – 1 document L2: Analiza concurențială (min. 5 competitori) – 1 fișă L3: Plan de intrare pe piață – 2-3 pagini L4: Lista potențialilor parteneri/distribuitori – 1 document	R1: Neimplicare activă (participanții pasivi care așteaptă să li se spună ce să facă) R2: Dificultăți de înțelegere a conceptelor abstracte (Canvas, segmentare)	• Fiecare participant lucrează strict pe proiectul propriu; formatorul verifică progresul la fiecare 30 min • Explicare prin exemple concrete din afaceri locale similare; evitarea jargonului academic
SESIUNE MENTORAT II 5 ore academice (online, Zoom)	O1: Validarea Business Model Canvas cu un expert O2: Rafinarea planului de intrare pe piață pe baza feedback-ului	• Prezentarea Canvas-ului și planului de piață • Simulare de pitch către un potențial distribuitor • Identificarea obstacolelor specifice fiecărui participant • Resurse și contacte utile din rețeaua mentorului	• Pitch individual (3 min) • Role-play negociere • Networking structurat	• Platforma Zoom • Rubrică de evaluare pitch (elaborată de echipa proiectului) • Contacte parteneri ODA	• Canvas validat și îmbunătățit • Pitch de 3 minute pregătit • Min. 2 contacte strategice identificate	L1: Canvas validat final – 1 document L2: Pitch script – 1 pagină L3: Fișa de contacte strategice – 1 document	R1: Anxietate la prezentarea publică (pitch) R2: Absenteism la sesiunea online (conflicte cu programul de lucru)	• Exerciții de respirație și tehnici de gestionare a emoțiilor • Programarea sesiunii de mentorat seara (după ora 18:00) și anunț cu 3 zile înainte
MODULUL 3 Dezvoltarea Produsului 14 ore academice	O1: Să aplice ciclul de testare și îmbunătățire continuă (build-measure-learn)	3.1 Testarea și îmbunătățirea continuă: • Ciclul build-measure-learn (Lean Startup) • Prototiparea rapidă (MVP avansat)	• Demonstrații practice (30%) • Simulare de proces (25%)	• Template pentru maparea proceselor	• Procesul de producție mapat vizual • Checklist de conformitate completat	L1: Harta procesului de producție (flowchart) – 1 document	R1: Rezistență la schimbare (participanții consideră că „au făcut așa mereu”)	• Prezentarea unui caz de succes local: „Cum a crescut productivitatea

	O2: Să proiecteze un flux de producție eficient pentru min. 1 produs O3: Să identifice și respecte cerințele legale și ecologice aplicabile	• A/B testing pentru caracteristici de produs • Colectarea și integrarea feedback-ului 3.2 Modalități practice de organizare a producției: • Tipuri de layout: fix, linear, celular, hibrid • Controlul calității și standardizarea • Gestionarea stocurilor și materiilor prime • Calculul capacității de producție 3.3 Design-ul proceselor: • Maparea proceselor (flowchart, BPMN simplu) • Identificarea punctelor de îngustare (bottlenecks) • Optimizarea timpului de producție 3.4 Aspecte legale și ecologice: • Certificare produs, conformitate națională și UE • Etichetare: ingrediente, alergeni, termen de valabilitate • Norme sanitare și de siguranță alimentară • Regulamente ecologice pentru ambalaje și deșeuri	• Vizită la un producător local (20%) • Dezbateri și Q&A (25%)	• Checklist conformitate legală • Ghid etichetare produse alimentare • Fișă calcul capacitate de producție	• Plan de testare a produsului cu clienți reali	L2: Checklist conformitate legală și ecologică – 1 fișă completată L3: Plan de testare produs (A/B) – 1 pagină L4: Calcul capacitate de producție lunară – 1 fișă	R2: Nivel diferențiat de cunoaștere tehnologică (unii nu stăpânesc instrumente de bază)	cu 40% printr-o schimbare simplă” • Formatorul oferă suport individual de 10 min pentru cei cu dificultăți tehnice
SESIUNE MENTORAT III 5 ore academice (online, Zoom)	O1: Validarea procesului de producție și a planului de testare O2: Identificarea soluțiilor pentru blocajele identificate	• Prezentarea hărții procesului de către participanți • „Check-point evaluare progres” – evaluare la jumătatea programului • Feedback constructiv asupra planului de testare • Ses brainstorming pentru probleme specifice • Ajustarea direcției de dezvoltare, dacă e necesar	• Peer-review • Brainstorming structurat • Check-point evaluare	• Platforma Zoom • Grila de evaluare progres (elaborată de echipa proiectului) • Fișe de brainstorming	• Evaluare clară a progresului (punctaj) • Direcție de dezvoltare ajustată (dacă e cazul) • Plan de testare validat de mentor	L1: Fișa de evaluare progres – 1 fișă L2: Plan de testare validat – 1 document L3: Document ajustări (dacă e cazul) – 1 pagină	R1: Realizarea că participanții sunt în urmă cu progresul (comparativ cu grupul) R2: Dezangajare la sesiunea online (camere oprite, lipsă interacțiune)	• Plan de recuperare personalizat pentru fiecare participant în urmă • Mentorul solicită interacțiune la fiecare 10 min (întrebare directă, sondaj rapid)

MODULUL 4 Lansare și monetizare pe piață 14 ore academice	O1: Să selecteze și să proiecteze un model de venit potrivit pentru produs O2: SĂ elaboreze un plan de lansare detaliat cu calendar și responsabilități O3: Să realizeze o simulare de vânzare (pitch) cu feedback	4.1 Modele de venit: • B2B, B2C, D2C – avantaje și dezavantaje pentru producători mici • Abonamente, pachete, produse complementare • Pricing psychology: ancorare, decoy, bundling • Calculul punctului de rentabilitate 4.2 Lansarea pe piață: • Pre-lansare: teaser, early access, lista de așteptare • Ziua lansării: eveniment, PR, social media • Post-lansare: monitorizare, ajustare, scalare • Utilizarea piețelor, târgurilor și evenimentelor locale 4.3 Promovare low-budget: • Marketing pe rețele sociale (Facebook, Instagram, TikTok) • Content marketing: povestea produsului, behind-the-scenes • Colaborări cu micro-influenceri locali • Email marketing pentru clienți existenți SARCINĂ: Harta lansării produsului (timeline + canale + buget)	• Simulări de vânzare (30%) • Lucru practic (35%) • Studii de caz (20%) • Prezentări (15%)	• Template hartă lansare • Calendar editorial social media • Ghid promovare low-budget • Lista evenimentelor locale	• Model de venit selectat și argumentat • Plan de lansare cu calendar concret • Simulare de pitch/vânzare realizată cu succes	L1: Harta lansării (timeline + canale + buget) – 2 pagini L2: Plan de promovare low-budget – 1-2 pagini L3: Prototip etichetă/ambalaj pregătit pentru lansare – 1 fișier L4: Pitch de vânzare (script + prezentare) – 1 document	R1: Neimplicare activă (participanții așteaptă soluții gata făcute) R2: Abandon din cauza complexității planului de lansare	• Fiecare participant lucrează strict pe proiectul propriu; formatorul verifică progresul la fiecare 30 min • Descompunere a sarcinii în sub-taskuri zilnice; sprijin de la mentor prin mesagerie
MODULUL 5 Analiză Financiară 14 ore academice	O1: Să elaboreze un plan financiar complet pentru 12 luni (venituri, cheltuieli, cash-flow) O2: Să realizeze un mini studiu de fezabilitate pentru produsul propriu O3: Să calculeze și interpreteze indicatorii cheie de performanță (KPI)	5.1 Plan financiar, costuri, prețuri: • Structura costurilor: fixe vs. variabile, directe vs. indirecte • Calculul prețului de cost și adaosul comercial • Politica de prețuri: cost-plus, value-based, competitive • Prețuirea pe ciclu de viață al produsului • Bugetul de venituri și cheltuieli (proiecție 12 luni) • Cash-flow forecasting lunar	• Exerciții practice Excel (40%) • Lucru individual (30%) • Prezentări și discuții (20%) • Simulare decizii (10%)	• Template plan financiar (Excel) • Template mini studiu de fezabilitate • Calculator KPI-uri automate • Fișe de exerciții financiare	• Plan financiar 12 luni completat • Mini studiu de fezabilitate documentat • Indicatori KPI calculați și interpretați • Strategie de prețuri argumentată	L1: Plan financiar 12 luni (Excel) – 1 fișier L2: Mini studiu de fezabilitate – 3-4 pagini L3: Calcul KPI-uri (ROI, break-even, marjă) – 1 fișă L4: Strategie de prețuri – 1 pagină L5: Buget realist de dezvoltare și simulare financiară	R1: Dificultăți matematice și blocaj la calculul indicatorilor (anxietate față de cifre) R2: Proiecții financiare nerealiste (prea optimiste) din lipsă de experiență	• Utilizarea unui calculator Excel simplificat cu formule predefinite; explicare pas cu pas • Exercițiu de validare a proiecțiilor cu date reale din piață; scenariul

		5.2 Studiu de fezabilitate: • Analiza pieței și cererii • Analiza tehnică și operațională • Analiza financiară: NPV, IRR, payback period • Analiza riscurilor și strategii de mitigare • Concluzii și recomandări 5.3 Indicatori de performanță: • marja brută și netă de profit • rata de rentabilitate a investiției (ROI) • Costul de achiziție a unui client (CAC) • Valoarea pe viață a clientului (LTV) • Break-even point SARCINĂ: Mini studiu de fezabilitate pentru produsul propriu						pesimist obligatoriu
SESIUNE MENTORAT IV 5 ore academice (online, Zoom)	O1: Validarea planului financiar și a studiului de fezabilitate O2: Pregătirea pentru prezentarea finală de evaluare	• Revizuirea planului financiar cu mentorul • Verificarea coerenței studiului de fezabilitate • Pregătirea prezentării finale (pitch de 5 minute) • Simulare prezentare și feedback • Plan de acțiune post-accelerator	• Coaching individual • Simulare prezentare finală • Planificare post-program	• Platforma Zoom • Rubrică evaluare finală (elaborată de echipa proiectului) • Template plan post-accelerator	• Plan financiar validat și corectat • Pitch final de 5 minute pregătit • Plan de acțiune pentru 3 luni post-accelerator	L1: Plan financiar validat final – 1 fișier L2: Pitch final (prezentare PPT) – 5-7 slide-uri L3: Plan de acțiune post-accelerator – 1 pagină L4: Foaie de parcurs pentru scalarea produsului	R1: Presiunea timpului pentru pregătirea prezentării finale R2: Neprezentarea la evaluarea finală (teamă de muncă, probleme personale)	• Structură clară de pitch (template) oferită din ziua 1; pregătire în etape • Programarea evaluării finale în weekend; posibilitate de prezentare înregistrată video
MODULUL 6 Suport accesare resurse ODA 4 ore academice (realizează reprezentantul ODA)	O1: Să cunoască programele și resursele disponibile prin ODA O2: Să înțeleagă cum să acceseze finanțări și suport O3: Să completeze cererile de finanțare corect	6.1 Prezentarea programelor ODA: • Programul de sprijin al micilor producători (detalii, condiții) • Alte programe de finanțare disponibile • Subvenții, granturi, creditare preferențială • Programe de export și internaționalizare	• Prezentare oficială (50%) • Q&A interactiv (30%) • Lucru individual pe cereri (20%)	• Prezentare oficială ODA • Ghid de aplicare (document) • Template-uri cereri finanțare • Contacte directe ODA	• Cunoașterea completă a oportunităților de finanțare • Înțelegerea procesului de aplicare • Cerere de finanțare începută/completată	L1: Document cu programele ODA și condițiile – 1 fișă L2: Cerere de finanțare începută – 1 document L3: Lista de contacte ODA – 1 pagină	R1: Așteptări nerealiste privind finanțarea („de ce nu primesc banii imediat”) R2: Lipsa interesului pentru birocrăția aplicării	• Transparență totală: termene reale, rate de aprobare, criterii clare • Sesiune de completare colaborativă a formularului; echipa răspunde la întrebări pe loc

		6.2 Ghid practic de aplicare: • Pașii de urmat pentru accesarea finanțării • Documentația necesară • Criterii de eligibilitate și evaluare • Termene și calendarul sesiunilor de finanțare 6.3 Sesiune de Q&A: • Răspunsuri la întrebări specifice • Studii de caz ale beneficiarilor anteriori • Sfaturi pentru creșterea șanselor de aprobare					(formulare, documente)	
--	--	---	--	--	--	--	------------------------	--

ORGANIZAREA PROGRAMULUI DE INSTRUIRE

Programul de instruire va fi organizat în câte două zile consecutive pe săptămână, preferabil joi–vineri sau vineri–sâmbătă. Calendarul exact al sesiunilor va fi stabilit și coordonat cu ODA înainte de lansarea fiecărui lot, în funcție de perioada de implementare și cerințele organizatorice ale contractului. Între sesiunile de instruire, participanții vor realiza sarcini practice, iar progresul va fi monitorizat în cadrul sesiunilor de mentorat online.

SESIUNILE DE MENTORAT

Sesiunile de mentorat vor fi desfășurate de aceeași echipă de experți care susține modulele de instruire. Astfel, fiecare formator va avea și rol de mentor, asigurând continuitatea procesului de învățare, feedback individual și monitorizarea progresului participanților pe durata programului.

SISTEMUL DE EVALUARE ȘI FEEDBACK AL PROGRAMULUI

Conform prevederilor caietului de sarcini, ODA elaborează chestionarele de evaluare, iar prestatorul (echipa proiectului) asigură completarea acestora de către participanți. Sistemul cuprinde:

1. Chestionar pre-instruire (pre-test): aplicat de echipa proiectului în ziua 1 pentru evaluarea nivelului inițial de cunoștințe al participanților. Conține 20-25 întrebări structurate pe cele 5 module.
2. Chestionar post-instruire (post-test): aplicat de echipa proiectului în ultima zi pentru măsurarea progresului. Aceleași întrebări ca pre-testul pentru comparabilitate. Țintă: creștere de minimum 20% față de pre-test.
3. Chestionar de feedback al participanților (elaborat de ODA, administrat de echipa proiectului): evaluează calitatea organizării acceleratorului, calitatea resurselor educaționale, calitatea formatorilor/mentorilor, gradul de interactivitate, aspectul practic al programului și feedback-ul general al participanților.

4. Fișe de evaluare a proiectelor (elaborate de echipa proiectului): rubrică de scoring pentru evaluarea livrabililor finale, cu punctaj minim 60% pentru certificare.
5. Check-point evaluare progres (săptămâna 3-4): grilă de autoevaluare și evaluare de către mentor, cu posibilitatea de ajustare a direcției.
6. Raport final de program: sinteză a tuturor evaluărilor, rate de participare, rezultate teste, analiză proiecte și recomandări de îmbunătățire, elaborat de echipa proiectului și transmis către ODA.

LIVRABILE FINALE ALE PROGRAMULUI (din partea participanților)

Conform cerințelor din caietul de sarcini, fiecare participant va livra la finalul acceleratorului următoarele:

1. Foaie de parcurs pentru scalarea produsului (roadmap 6-12 luni) – document strategic cu obiective, termene și indicatori de succes
2. Buget realist de dezvoltare și simulare financiară (Excel) – proiecție 12 luni cu scenarii optimist, realist, pesimist
3. Plan de promovare low-budget – strategie concretă cu canale, conținut, calendar și buget estimat
4. Prototip etichetă/ambalaj pregătit pentru lansare – design final sau mockup profesional
5. Produs lansat pe piață (min. 2 participanți/lotă) – confirmat cu dovezi (comenzi, vânzări, contracte)

INDICATORI DE PERFORMANȚĂ AI PROGRAMULUI

- Rata de certificare: minim 60% dintre participanți sunt certificați
- Creșterea cunoștințelor: minim 80% obțin scor de promovare la testul final, cu creștere de cel puțin 20% între pre-test și post-test
- Rata de finalizare: minim 80% dintre participanți finalizează integral instruirea
- Impact pe piață: minim 2 participanți lansează un produs sau serviciu pe piață la finalul programului

Ofertant/candidat

Irina Călugăreanu

Administrator, A.O. MoldCluster

(semnătura autorizată)