

Tabel:
Conceptul desfășurării cursului de instruire

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 1. GENERAREA IDEII DE AFACERI Formator: Babii Natalia/ Stanciu Inna	- Definirea conceptului de antreprenoriat; - Identificarea oportunităților de afaceri; - Exersarea tehnicilor și metodelor creative pentru generarea de idei inovatoare de afaceri; - Evaluarea viabilității ideilor de afaceri.	1.1. Tehnici de identificare și generare a ideilor de afaceri. 1.2. Evaluarea ideilor de business identificate. 1.3. Produs minim viabil.	Brainstorming; studii de caz; exerciții individuale; prezentări de grup; business-games; sesiuni de mentoring; fișe de evaluare.	Resurse tehnice: calculator, platformă online pentru instruire, echipament audio, acces la internet; prezentare Power Point; Materiale de studiu: ghiduri, exemple de succes.	<i>Cunoștințe și competențe dobândite:</i> - Înțelegerea conceptelor fundamentale legate de antreprenoriat și idei de afaceri; - Identificarea surselor de inspirație pentru o idee de afaceri viabilă; - Aplicarea unor metode structurate de generare și selecție a ideilor; - Evaluarea fezabilității unei idei de afaceri în funcție de piață, resurse și riscuri; - Dezvoltarea unei gândiri critice și inovatoare în procesul de creare a unei afaceri. <i>Rezultate practice:</i> - Crearea unei liste de idei de afaceri relevante și originale; - Selectarea unei idei viabile pe baza criteriilor de evaluare; - Elaborarea unui	<i>Documente și materiale scrise:</i> - Lista de idei de afaceri – minim 3-5 idei generate individual; - Fișa de validare a ideii – o analiză SWOT sau o matrice de selecție a celei mai bune idei; - Descrierea ideii de afaceri – un document de 1-2 pagini care include problema rezolvată, soluția propusă, clientul țintă și valoarea adăugată; - Mini-plan de acțiune – pașii inițiali pentru dezvoltarea ideii; - Prezentarea ideii de afaceri – un slide deck (PowerPoint/Canva) sau un pitch de max. 5 minute.	<i>1. Riscuri legate de participanți:</i> - Lipsa de implicare activă – unii participanți pot fi pasivi sau neinteresați; - Dificultăți în generarea ideilor – creativitate scăzută sau teama de eșec poate limita inovația; <i>2. Riscuri metodologice:</i> - Lipsa clarității în procesul de selecție a ideilor – dificultăți în alegerea unei idei viabile; - Dificultăți în validarea ideii – lipsa accesului la feedback real din piață; <i>3. Riscuri logistice și organizatorice:</i> - Probleme tehnice – dificultăți în utilizarea platformelor online pentru instruire; <i>4. Riscuri legate de rezultate:</i> - Idei nerealiste sau	- Stimularea interactivității prin exerciții practice și studii de caz; - Oferirea unui ghid clar pentru fiecare etapă a procesului; - Asigurarea unui mentor sau a unui expert pentru îndrumare; - Crearea unui plan de acțiune realist pentru fiecare participant.

					scurt plan de acțiune pentru dezvoltarea ideii alese; - Prezentarea ideii de afaceri în fața unui grup, cu argumente clare privind oportunitatea și fezabilitatea acesteia.		greu de implementat; - Motivație scăzută după finalizare.	
Modulul 2. MODELUL DE AFACERI Formator: Babii Natalia/ Stanciu Inna	- Definirea conceptului de model de afaceri. - Identificarea componentelor unui model de afaceri. - Utilizarea Canvas-ului modelului de afaceri. - Analiza pieței și a concurenței. - Explorarea modurilor în care modelele de afaceri pot răspunde schimbărilor din piață și a se adapta la noile tendințe. - Evaluarea viabilității modelului de afaceri. - Implementarea și ajustarea modelului de afaceri.	2.1. Segmentarea de piață. 2.2. Segmentarea clienților. 2.3. Oferta de valoare. 2.4. Canale de distribuție și selectarea lor. 2.5. Relațiile cu clienții. 2.6. Fluxurile de venituri. 2.7. Activități cheie. 2.8. Resurse cheie. 2.9. Parteneri. 2.10. Structura costurilor. 2.11. Surse, oportunități și runde de investiții în finanțare a afacerilor/startup-urilor.	Brainstorming; studii de caz; exerciții individuale; prezentări de grup; business-games; sesiuni de mentoring; fișe de evaluare.	Resurse tehnice: calculator, platformă online pentru instruire, echipament audio, acces la internet; prezentare Power Point; Template-uri CANVAS, studii de caz, ghiduri practice	<i>Competențe dobândite:</i> - Înțelegerea conceptului de model de afaceri și importanța acestuia în dezvoltarea unei afaceri sustenabile; - Aplicarea Business Model Canvas (BMC) pentru a defini structura unei afaceri; - Capacitatea de a identifica și detalia cele 9 componente ale unui model de afaceri: 1. identificarea pieței-țintă și a nevoilor acesteia; 2. definirea beneficiilor unice oferite clienților; 3. stabilirea modalităților prin care produsul/serviciul ajunge la client; 4. cercetarea metodelor de atragere și menținere a clienților; 5. determinarea surselor de venit și strategiile de	<i>1. Documente și materiale scrise:</i> - Business Model Canvas completat – descrierea detaliată a celor 9 componente ale modelului de afaceri; - Analiză SWOT a modelului de afaceri; - Fișa de validare a modelului de afaceri – identificarea principalilor factori de risc și a fezabilității ideii - Plan de acțiune – pașii inițiali necesari pentru implementarea modelului. <i>2. Activități și exerciții practice:</i> - Workshop de completare a Business Model Canvas - Studiu de caz – analiză comparativă a unor modele de afaceri de succes; - Exercițiu de pitching – fiecare participant prezintă modelul de afaceri pentru feedback și îmbunătățiri.	<i>1. Riscuri legate de participanți:</i> - Lipsa de implicare activă. - Dificultăți în utilizarea Business Model Canvas (BMC). - Rezistență la feedback și schimbări – unii participanți pot fi reticenți în a ajusta modelul lor de afaceri în funcție de sugestii. <i>2. Riscuri metodologice:</i> - Interpretare greșită a componentelor modelului de afaceri. - Dificultăți în definirea unei propuneri de valoare. <i>3. Riscuri logistice și organizatorice:</i> - Timp insuficient pentru aprofundare; - Probleme tehnice. <i>4. Riscuri legate de rezultate:</i> - Modele de afaceri neviabile; - Lipsa unei	- Oferirea de exemple și studii de caz pentru clarificarea conceptelor; - Organizarea de sesiuni de feedback și mentorat pentru ajustarea modelelor de afaceri; - Ghidaj clar în utilizarea Business Model Canvas și a altor metode de analiză; - Exerciții interactive pentru a stimula gândirea strategică și inovatoare.

					monetizare; 6. elaborarea listei activelor necesare pentru funcționarea afacerii; 7. realizarea proceselor esențiale pentru livrarea valorii; 8. identificarea colaboratorilor și alianțelor strategice; 9. analiza costurilor implicate în operarea afacerii - Analiza viabilității modelului de afaceri și capacitatea de ajustare pentru optimizare - Dezvoltarea viziunii strategice asupra afacerii și identificarea punctelor forte și a provocărilor. <i>Rezultate practice:</i> - Business Model Canvas completat; - Analiza SWOT a modelului de afaceri; - Pitch de prezentare a modelului de afaceri; - Plan de acțiune inițial – pașii următori pentru validarea și implementarea modelului.	3. Prezentări și evaluări: - Pitch de prezentare a modelului de afaceri – susținerea unei prezentări scurte (3-5 minute) despre modelul dezvoltat; - Feedback și ajustare – sesiune de evaluare și optimizare a modelului pe baza comentariilor primite.	perspective realiste asupra pieței; - Dificultăți în prezentarea și susținerea modelului.	
Modul 3.	- Familiarizarea participanților cu	3.1. Tehnici de testare și validare a	Brainstorming; studii de caz;	Resurse tehnice:	<i>1. Competențe dobândite:</i>	<i>1. Documente și materiale scrise:</i>	<i>1. Riscuri legate de participanți:</i>	- Definirea clară a publicului-țintă

TESTAREA ȘI VALIDAREA MODELULUI DE AFACERI Formator: Babii Natalia/ Stanciu Inna	noțiunile de bază privind testarea și validarea modelului de afaceri. - Identificarea ipotezelor care stau la baza modelului de afaceri. - Crearea unui plan detaliat pentru testarea ipotezelor. - Utilizarea metodologiilor Lean Startup pentru a testa rapid și eficient ideile de afaceri. - Colectarea și analiza feedback-ului de la clienți. - Evaluarea rezultatelor testării. - Ajustarea modelului pe baza feedback-ului și a datelor obținute.	modelului de afaceri (analiza pieței, concurenței, prețurilor) 3.2. Produs minim viabil; 3.3. Business Minim Viabil.	exerciții individuale; prezentări de grup; business-games; sesiuni de mentoring; fișe de evaluare; interviuri; sondaje; prototipare rapidă.	calculator, platformă online pentru instruire, echipament audio, acces la internet; prezentare Power Point; Studii de caz; ghiduri practice; Chestionare; prototipuri; platforme de testare.	- Înțelegerea importanței testării și validării înainte de lansarea unei afaceri; - Aplicarea metodelor de testare; - Interpretarea datelor obținute și ajustarea modelului de afaceri; - Dezvoltarea unui proces iterativ de îmbunătățire a afacerii. <i>2. Rezultate practice:</i> - Plan de testare și validare, care detaliază metodele utilizate și obiectivele testării; - Raport de feedback de la potențiali clienți în baza interviurilor, sondajelor sau testelor; - Ajustarea a Business Model Canvas în urma testării; - Rraport final sau pitch cu principalele concluzii și pași următori.	- Plan de testare și validare; - Chestionare și interviuri cu potențiali clienți; - Raport de feedback; - Analiză și ajustare a Business Model Canvas; - Raport privind fezabilitatea modelului de afaceri. <i>2. Activități și exerciții practice:</i> - Testarea MVP (Minimum Viable Product) ; - Simulare de vânzare/testare a pieței; - Exercițiu de pivotare pe baza feedbackului primit. <i>3. Prezentări și evaluări:</i> - Pitch cu rezultatele testării; - Feedback și ajustare – revizuirea modelului de afaceri în funcție de datele colectate.	- Dificultăți în identificarea clienților potriviți pentru testare; - Lipsa experienței în colectarea feedbackului; - Rezistența la schimbare. <i>2. Riscuri metodologice:</i> - Testare insuficientă sau superficială; - MVP (Minimum Viable Product) inadecvat. <i>3. Riscuri logistice și organizatorice:</i> - Lipsa accesului la un număr suficient de clienți reali; - Timp insuficient pentru testare - Probleme tehnice în testarea online; <i>4. Riscuri legate de rezultate:</i> - Rezultate inconcludente sau contradictorii.	și a ipotezelor de testat; - Utilizarea unor metode variate de testare (interviuri, sondaje, MVP, experimente de vânzare); - Ghidaj și suport în formularea corectă a întrebărilor de validare - Interpretarea datelor cu ajutorul mentorilor sau experților pentru o mai bună direcționare.
Modulul 4. PLANUL DE AFACERI – PROIECTAREA ACTIVITĂȚILOR PENTRU LANSAREA ȘI DEZVOLTAREA AFACERII	- Structurarea unui plan de afaceri. - Definirea viziunii și misiunii afacerii. - Analiza pieței și a concurenței. - Identificarea publicului țintă. - Stabilirea obiectivelor	4.1. Stabilirea obiectivelor de dezvoltare strategică și a activităților 4.2. Resursele necesare pentru atingerea obiectivelor 4.3. Realizarea activităților 4.4. Echipa și stabilirea rolurilor	Brainstorming; studii de caz; exerciții individuale; prezentări de grup; business-games; sesiuni de mentoring; fișe de evaluare; exemple	Resurse tehnice: calculator, platformă online pentru instruire, echipament audio, acces la internet; prezentare Power Point; Studii de caz; ghiduri	<i>1. Competențe dobândite:</i> - Crearea unui plan de afaceri structurat, care include toate secțiunile esențiale: sumar executiv; analiza pieței; strategia de marketing; planul operațional; planul financiar; structura echipei;	<i>1. Documente și materiale scrise:</i> - Plan de afaceri complet. - Strategia de lansare a afacerii ; - Plan financiar detaliat; - Analiză de risc. <i>2. Activități și exerciții practice:</i> - Workshop pentru	<i>1. Riscuri legate de participanți:</i> - Lipsa de experiență practică; - Dificultăți în stabilirea obiectivelor clare SMART; - Lipsa de cunoștințe financiare - calcularea corectă a costurilor și	- Oferirea unui suport continuu prin sesiuni de mentorat și feedback, pentru a ghida participanții în completarea corectă a planului de afaceri; - Împărțirea modulului în sesiuni

Formator: Babii Natalia/ Goreacica Natalia	SMART. - Proiectarea strategiei de marketing. - Elaborarea unui plan detaliat pentru activitățile operaționale necesare pentru lansarea și desfășurarea afacerii. - Estimarea costurilor și proiecțiile financiare.		practice, lucru în grup.	practice; Ghid de redactare a planului; Modele de planuri.	- Definirea obiectivelor de lansare ; - Alocarea resurselor – planificarea resurselor financiare, umane și materiale necesare; - Evaluarea riscurilor; - Planificarea etapei de scalare. <i>2. Rezultate practice:</i> - Plan de afaceri complet ; - Strategia de lansare; - Plan financiar de bază; - Analiza riscurilor și soluții; - Prezentare a planului de afaceri. <i>3. Abilități și instrumente utilizate:</i> - Utilizarea softurilor de planificare financiară pentru crearea prognozelor financiar; - Aplicarea metodelor de cercetare de piață pentru a identifica tendințele pieței și nevoile clienților; - Elaborarea unui plan de marketing și vânzări care include canalele de distribuție și promovare; - Crearea unui plan operațional care include procesele cheie ale afacerii.	elaborarea planului de afaceri; - Simulare a lansării afacerii; - Exercițiu de analiză a pieței. <i>3. Prezentări și evaluări:</i> - Prezentare a planului de afaceri - Feedback și ajustare – sesiune de evaluare și revizuire a planurilor de afaceri pe baza comentariilor primite.	veniturilor. <i>2. Riscuri metodologice:</i> - Supraestimarea resurselor necesare; - Planificarea inadecvată a riscurilor - Definirea incorectă a pieței țintă. <i>3. Riscuri logistice și organizatorice:</i> - Insuficiența unui ghidaj continuu (mentorat sau feedback continuu); - Timp insuficient pentru dezvoltarea planului; - Resurse limitate pentru implementare. <i>4. Riscuri legate de rezultate:</i> - Planul de afaceri prea optimist; - Eșecul în a identifica corect riscurile și soluțiile de mitigare.	interactive și exerciții aplicate pentru a ajuta participanții să aplice conceptele într-un context real; - Utilizarea studiilor de caz pentru a ilustra planuri de afaceri de succes și riscurile potențiale; - Introducerea unor simulări financiare pentru a ajuta participanții să estimeze mai realist costurile și veniturile afacerii.
Modulul 5.	- Cercetarea legislației comerciale;	5.1. Aspecte legale ale activității antreprenoriale	Brainstorming; studii de caz; exerciții	Resurse tehnice: calculator,	<i>1. Competențe dobândite:</i> - Înțelegerea	<i>1. Documente de înregistrare a afacerii:</i>	<i>1. Riscuri legate de participanți:</i> - Participanții pot	- Furnizarea de materiale educaționale

CADRUL LEGAL PENTRU ÎNREGISTRAREA ȘI FUNCȚIONAREA UNEI AFACERI Formatori: Dodița-Bajag Rodica/ Goreacica Natalia	- Înregistrarea unei afaceri; - Analiza diferitelor forme juridice de organizare a afacerilor; - Conștientizarea obligațiilor fiscale. - Studierea reglementărilor specifice în funcție de domeniul de activitate al afacerii. - Familiarizarea cu legislația privind protecția consumatorului. - Cercetarea legislației muncii. - Discutarea reglementărilor internaționale care pot afecta afacerile.	5.2. Acte permise necesare 5.3. Impozite și taxe	individuale; prezentări de grup; business-games; sesiuni de mentoring; fișe de evaluare; exemple practice, lucru în grup, prezentări, sesiuni Q&A.	platformă online pentru instruire, echipament audio, acces la internet; prezentare Power Point; Studii de caz; ghiduri practice; Legislație actualizată, consultanțe juridică	structurii juridice a afacerii; - Cunoașterea procedurilor de înregistrare a afacerii; - Reglementarea fiscală a afacerii; - Respectarea reglementărilor privind protecția datelor și drepturile consumatorilor; - Obligații legale și administrative; - Aspecte legate de contractele comerciale. 2. <i>Rezultate practice:</i> - Documente de înregistrare a afacerii; - Ghid privind structurile juridice; - O listă cu pași necesari pentru asigurarea conformității cu reglementările fiscale, comerciale și de protecția datelor; - Exemplu de contract comercial. 3. <i>Abilități și instrumente utilizate:</i> - Familiarizarea cu platformele online pentru înregistrarea unei afaceri și depunerea documentelor; - Utilizarea softurilor de calcul fiscal pentru estimarea obligațiilor fiscale și contribuțiilor sociale	- Formular completat pentru înregistrarea afacerii. - Exemplu de statut al companiei. - Declarații fiscale. 2. <i>Ghiduri și planuri:</i> - Ghid pentru alegerea formei juridice a afacerii; - Ghid de conformitate fiscală; - Plan de conformitate cu legislația privind protecția datelor. 3. <i>Modele de documente legale</i> - Exemplu de contract comercial; - Model de acord de confidențialitate; - Exemplu de autorizații și licențe necesare. 4. <i>Prezentări și rapoarte:</i> - Prezentare despre structurile juridice ale afacerii. - Prezentare despre procedurile de înregistrare. 5. <i>Evaluare și feedback:</i> - Test de cunoștințe juridice; - Evaluare a conformității legale a planului de afaceri.	întâmpina dificultăți în a înțelege reglementările legale; - Confuzia în alegerea formei juridice corecte; - Neînțelegerea reglementărilor fiscale; - Nerespectarea cerințelor de protecția datelor; - Lipsa abilității de a redacta documente legale corect. 2. <i>Riscuri legate de resurse și suport:</i> - Insuficiența ghidajului juridic corespunzător; - Resurse insuficiente pentru consultanță juridică; - Acces limitat la instrumente și platforme de înregistrare. 3. <i>Riscuri logistice și organizatorice:</i> - Timp insuficient pentru aprofundarea cunoștințelor legale; - Confuzie între reglementările locale și naționale; - Întârzieri în procesul de înregistrare. 4. <i>Riscuri legate de implementarea efectivă a afacerii:</i> - Nerespectarea reglementărilor comerciale și de	clare și ghiduri pas cu pas; - Suport continuu din partea unor consultanți juridici sau mentori; - Utilizarea simulărilor pentru înregistrarea afacerii; - Crearea unor sesiuni interactive; - Testarea cunoștințelor juridice.
---	---	--	---	--	--	---	--	---

					- Studii de caz pentru a înțelege aplicațiile reale ale legislației în diverse domenii de activitate.		protecția consumatorului; - Eșecul în a obține licențele și autorizațiile necesare; - Probleme de conformitate pe termen lung.	
Modulul 6. STRATEGIA DE PENETRARE PE PIAȚĂ Formatori: Babii Natalia/ Stanciu Inna	- Înțelegerea conceptului de penetrare pe piață. - Identificarea și segmentarea pieței țintă; - Analiza comportamentului i consumatorilor, nevoilor și preferințelor acestora; - Evaluarea competitorilor existenți pe piață; - Crearea unei oferte unice care să diferențieze produsul; - Identificarea celor mai eficiente canale prin care produsul sau serviciul poate ajunge la consumatori; - Elaborarea unor strategii de marketing adaptate pentru a promova eficient produsul sau serviciul;	6.1. Analiza de piață și identificarea pieței țintă 6.2. Segmentarea pieței 6.3. Selectarea strategiei de piață 6.4. Elaborarea conținutului și testarea ipotezelor / mesajelor de marketing 6.5. Definirea strategiilor de preț 6.6. Elaborarea strategiei de promovare / planul de marketing 6.7. Pâlnia vânzărilor / Canale de vânzări / Tipuri de vânzări 6.8. Bugete și metrici	Simulări, studii de piață, campanii de test, brainstorming; studii de caz; exerciții individuale; prezentări de grup; business-games; sesiuni de mentoring; fișe de evaluare; exemple practice, lucru în grup.	Resurse tehnice: calculator, platformă online pentru instruire, echipament audio, acces la internet; prezentare Power Point; Studii de caz; Platforme de marketing, exemple de strategii eficiente	<i>1. Competențe dobândite:</i> - Identificarea segmentului de clienți, analiza concurenței și evaluarea tendințelor pieței; - Elaborarea strategiei de penetrare pe piață; - Stabilirea unui avantaj competitiv; - Utilizarea mixului de marketing; - Planificarea activităților de lansare pe piață; - Măsurarea succesului strategiei de penetrare – definirea KPI-urilor. <i>2. Rezultate practice:</i> - Descriere detaliată a pieței, segmentelor de clienți și competitorilor principali; - Strategia de poziționare și avantajul competitiv; - Plan de marketing și comunicare; - Strategia de stabilire a prețurilor;	<i>1. Analiza pieței și concurenței:</i> - Profilul pieței țintă; - Analiza concurenței; - Analiza SWOT a afacerii. <i>2. Strategia de poziționare și avantajul competitiv:</i> - Strategia de diferențiere; <i>3. Plan de marketing și comunicare:</i> - Plan de promovare; - Mesajele-cheie și tonul comunicării; - Strategia de conținut (bloguri, postări social media, email marketing, video, etc.). - Calendar de marketing. <i>4. Strategia de stabilire a prețurilor și distribuției:</i> - Strategia de preț; - Strategia de distribuție. <i>5. Plan de lansare pe piață:</i> - Plan de acțiune pentru lansare; - Strategia de testare	<i>1. Riscuri legate de piață și clienți:</i> - Segmentare incorectă a pieței; - Cerere redusă pentru produs/serviciu; - Rezistență din partea clienților; - Neînțelegerea comportamentului consumatorilor. <i>2. Riscuri legate de concurență:</i> - Piață saturată cu competitori puternici; - Reacții agresive din partea concurenței; - Copierea ideii de afaceri. <i>3. Riscuri financiare și de resurse:</i> - Buget insuficient pentru marketing și promovare; - Costuri mai mari decât estimările inițiale; - Dificultăți în asigurarea stocurilor și logisticii; <i>4. Riscuri operaționale și de implementare:</i>	- Analiză de piață aprofundată înainte de lansare – utilizarea sondajelor, focus grupurilor și testelor de produs pentru a înțelege mai bine nevoile consumatorilor; - Testarea strategiei printr-un MVP (Minimum Viable Product) – lansarea unui produs minim viabil pentru a valida cererea și a obține feedback rapid; - Buget clar pentru promovare și resurse de rezervă – planificarea financiară riguroasă pentru a evita lipsa fondurilor în fazele critice; - Monitorizarea performanței și ajustarea rapidă a strategiei – utilizarea KPI-

	- Stabilirea unor indicatori cheie de performanță (KPI) pentru a evalua succesul strategiei.				- Indicatori de performanță (KPI-uri). 3. <i>Abilități și instrumente utilizate:</i> - Utilizarea analizelor de piață și studiilor de consumatori; - Aplicarea tehnicilor de marketing digital pentru promovare eficientă; - Crearea prototipurilor de oferte și testarea lor; - Folosirea platformelor de publicitate și vânzări online pentru atragerea clienților.	a pieței; - Buget estimativ pentru lansare. 6. <i>Indicatori de performanță și măsurarea succesului:</i> - Set de KPI-uri; - Plan de ajustare a strategiei.	- Alegerea greșită a canalelor de vânzare; - Timp insuficient pentru testarea pieței; - Incapacitatea de a ajusta strategia rapid. 5. <i>Riscuri legate de promovare și brand awareness:</i> - Mesaje de marketing nepotrivite; - Canale de promovare ineficiente; - Recenzii negative sau reputație slabă la lansare.	urilor pentru a măsura succesul și pentru a optimiza tacticile în funcție de rezultate; - Construcția unui avantaj competitiv puternic – diferențierea clară față de concurență prin calitate, preț, experiență de utilizare sau alte beneficii unice.
Modulul 7. PLANIFICAREA FINANCIARĂ Formatori: Dodița-Bajag Rodica/ Goreacica Natalia	- Elaborarea unui plan financiar detaliat pentru propria afacere. - Planificarea veniturilor și cheltuielilor pe termen scurt și lung; - Realizarea de previziuni ale fluxului de numerar. - Determinarea pragului de rentabilitate; - Explorarea surselor și oportunităților de finanțare disponibile pentru startup-uri și IMM-uri. - Aplicarea	7.1. Planificarea veniturilor 7.2. Planificarea cheltuielilor 7.3. Previziunea fluxului de numerar 7.4. Pragul de rentabilitate 7.5. Surse și oportunități de finanțare a afacerilor debutante 7.6. Relația antreprenor – instituție financiară: servicii de plată, produse de finanțare, alte produse bancare / financiare	Simulări financiare, workshop-uri, utilizarea de software financiar brainstorming; studii de caz; exerciții individuale; prezentări de grup; business-games; sesiuni de mentoring; fișe de evaluare; exemple practice.	Resurse tehnice: calculator, platformă online pentru instruire, echipament audio, acces la internet; prezentare Power Point; Studii de caz; Software de planificare financiară, modele de bugete.	1. <i>Competențe dobândite:</i> - Elaborarea unui plan financiar structurat pentru propria afacere. - Realizarea previziunii detaliate a fluxului de numerar. - Calculul pragului de rentabilitate. - Identificarea și accesarea surselor de finanțare adecvate. - Gestiunea relației cu instituțiile financiare, utilizând servicii bancare relevante pentru dezvoltarea afacerii. - Aplicarea instrumentelor de analiză financiară pentru luarea	- Plan financiar detaliat. - Previziunea fluxului de numerar. - Calculul pragului de rentabilitate. - Listă de surse de finanțare disponibile. - Simulare practică a unei relații cu o instituție financiară. - Raport de evaluare a opțiunilor financiare. - Exercițiu aplicativ de planificare financiară – test sau studiu de caz realizat individual sau în echipă pentru a demonstra înțelegerea conceptelor predate.	- Lipsa de cunoștințe financiare anterioare – Participanții pot avea dificultăți în înțelegerea conceptelor financiare dacă nu au o pregătire economică de bază. - Dificultăți în aplicarea practică a conceptelor – Unele concepte, cum ar fi previziunea fluxului de numerar sau pragul de rentabilitate, pot fi dificil de aplicat corect. - Rezistență la utilizarea instrumentelor financiare – Unii	- Oferirea unor explicații simplificate, exemple practice și resurse suplimentare pentru învățare. - Exerciții interactive, studii de caz și sesiuni de mentorat pentru clarificarea aspectelor dificile. - Instruire practică pe instrumente accesibile (Excel,

	cunoștințelor dobândite într-un exercițiu practic.				deciziilor strategice în afacere. - Demonstrarea competențelor dobândite prin realizarea unui exercițiu aplicativ de planificare financiară.		participanți pot fi reticenți în utilizarea foilor de calcul, software-urilor financiare sau altor instrumente digitale. - Informații incomplete sau incorecte furnizate de participanți – Greșeli în colectarea și interpretarea datelor financiare pot afecta calitatea planificării. - Acces limitat la surse de finanțare reale – Unele surse de finanțare pot fi inaccesibile pentru participanți din cauza criteriilor restrictive. - Diferențe între teoria predată și realitatea pieței – Fluctuațiile economice și cerințele specifice ale investitorilor pot influența aplicabilitatea conceptelor predate. - Lipsa de interes sau implicare din partea participanților – Unele aspecte financiare pot părea complexe sau neatractive pentru antreprenorii la început de drum.	Google Sheets, aplicații financiare gratuite). - Verificarea și corectarea datelor prin feedback individualizat. - Identificarea unor alternative viabile, cum ar fi finanțarea participativă (crowdfunding) sau incubatoarele de afaceri. - Invitarea unor experți din domeniul financiar pentru a oferi perspective actualizate. - Crearea unui mediu interactiv, utilizarea exemplurilor din viața reală și gamificarea procesului de învățare.
Modulul 8. SUPPORT ÎN	- Identificarea și utilizarea resursele de	8.1. Servicii, infrastructură, programe de	Întâlniri cu experți, studii de caz,	Resurse tehnice: calculator,	<i>1. Competențe dobândite:</i> - Identificarea și	- Listă de resurse și programe de suport disponibile.	- Lipsa accesului la resurse relevante – Unele resurse sau	- Oferirea de alternative și soluții flexibile

LANSAREA AFACERII Formatori: Dodiță- Bajag Rodica/ Babii Natalia	suport disponibile pentru lansarea și dezvoltarea unei afaceri. - Înțelegerea rolului și beneficiile programelor ODA în susținerea startup-urilor și IMM-urilor. - Explorarea și aplicarea la programe specifice de finanțare, mentorat și suport logistic pentru afaceri noi. - Dezvoltarea unui plan de acțiune personalizat pentru accesarea resurselor și programelor relevante. - Accesarea unor programe de suport pentru lansarea afacerii.	suport în lansarea afacerilor 8.2. Prezentarea programelor ODA 8.3. Atelier practic – <i>elaborarea / completarea formularului de aplicare pentru programele de suport gestionate de ODA</i>	incubatoare de afaceri. Simulări, brainstorming; studii de caz; exerciții individuale; prezentări de grup; business-games; sesiuni de mentoring; fișe de evaluare; exemple practice, lucru în grup.	platformă online pentru instruire, echipament audio, acces la internet; prezentare Power Point; Studii de caz; Comunități de antreprenori, platforme de networking	accesarea resurselor de suport disponibile pentru lansarea și dezvoltarea unei afaceri. - Cunoașterea și utilizarea programelor ODA relevante pentru startup-uri și IMM-uri. - Explorarea și analiza diferitor surse de finanțare și suport disponibile la nivel local, național și internațional. - Elaborarea unui plan personalizat de accesare a programelor de sprijin, în funcție de specificul afacerii lor. - Aplicarea cunoștințelor în practică. - Demonstrarea competențelor sporite în luarea deciziilor strategice, utilizând resursele disponibile pentru a facilita lansarea și creșterea afacerii.	- Prezentare a programelor ODA. - Plan personalizat de accesare a sprijinului. - Maparea infrastructurii de suport. - Simulare de aplicare la un program de suport – fișă practică sau document de aplicare pentru un program real sau fictiv. - Prezentare finală – fiecare participant va susține o scurtă prezentare despre cum intenționează să utilizeze resursele și programele de sprijin pentru dezvoltarea afacerii sale.	programe de suport prezentate în cadrul modului pot să nu fie disponibile sau accesibile tuturor participanților din cauza limitărilor geografice sau a criteriilor restrictive. - Informații insuficiente sau învechite despre programele de suport. - Dificultăți în aplicarea cunoștințelor în practică. - Rezistența la schimbare din partea participanților. - Neimplicare în activitățile practice – Participanții care nu sunt activ implicați în atelierul practic ar putea să nu aplice în mod eficient conceptele învățate și să nu	pentru participanții care nu pot accesa resursele prezentate, cum ar fi surse de finanțare sau infrastructură locală - Actualizarea constantă a materialelor cursului și implicarea experților din domeniu pentru a furniza informații actualizate și corecte. - Organizarea de sesiuni de mentorat și consiliere personalizată, oferind feedback și ghidaj în aplicarea concretă a cunoștințelor. - Crearea unui mediu de învățare interactiv și oferirea de exemple concrete de succes pentru a arăta beneficiile accesării acestora. - Organizarea de grupuri mici sau sesiuni de feedback individualizat pentru a asigura implicarea activă și înțelegerea
---	--	---	---	---	---	--	---	--

							obține maximum de la modul. - Diferențe în nivelul de cunoștințe al participanților.	profundă a tematicii. - Adaptearea ritmului de învățare prin sesiuni personalizate și materiale suplimentare pentru cei care au nevoie de sprijin suplimentar.
Modulul 9. PREZENTAREA IDEII DE AFACERI Formatori: Babii Natalia/ Stanciu Inna	- Conștientizarea conceptului de pitch și importanța acestuia în procesul de prezentare a ideii de afaceri. - Identificarea și aplicarea tipurilor de pitchuri adecvate în funcție de audiență și scop. - Dezvoltarea structurii unui pitch eficient, prezentarea problemei, soluției, pieței și echipei. - Pregătirea unui pitch clar și concis, care să capteze atenția audienței și să transmită mesajul cheie într-un timp limitat. - Prezentarea ideii de afaceri în fața unui public sau panel de evaluatori, aplicând tehnicile și structura învățate. - Dezvoltarea abilităților de comunicare în public și de	9.1. Ce este și cum pregătești un pitch. Tipuri de pitchuri; 9.2. Structura unui pitch; 9.3. Pregătirea pitch-ului. Sesiune de mentorat 9.4. Prezentarea ideii de afaceri	Exerciții practice, feedback live, sesiuni de pitch în fața investitorilor	Resurse tehnice: calculator, platformă online pentru instruire, echipament audio, acces la internet; prezentare Power Point; Ghid de pitching, exemple de pitch-uri reușite	<i>1. Competențe dobândite:</i> - Un pitch coerent și eficient pentru ideea de afaceri, adaptându-l la tipul de audiență. - Aplicarea structurii unui pitch profesional. - Redactarea și livrarea unui pitch clar și concis, capabil să capteze atenția audienței și să provoace un interes real față de afacerea lor. - Prezentarea ideii de afaceri în fața unui public sau panel de evaluatori într-o manieră calmă și profesională. - Dezvoltarea abilităților de vorbire în public, inclusiv tehnici de gestionare a emoțiilor și de susținere a unei prezentări în fața unui public mai larg.	- Pitch-ul ideii de afaceri – un document sau prezentare PowerPoint. - Un ghid sau schemă detaliată care prezintă pașii esențiali și secțiunile unui pitch eficient. - O variantă scrisă a pitch-ului care va fi folosită pentru a susține o prezentare în fața unui public. - Document de evaluare în urma sesiunii de mentorat, în care participanții vor primi sugestii de îmbunătățire a prezentării. - Prezentarea finală a ideii de afaceri – o înregistrare video sau o sesiune live în care participanții vor prezenta ideea de afaceri în fața unui panel sau grup de evaluatori, aplicând cunoștințele și tehnicile învățate.	- Lipsa experienței în prezentări publice – Participanții care nu au experiență în vorbirea în public pot întâmpina dificultăți în livrarea unui pitch clar și eficient. - Incapacitatea de a structura corect pitch-ul – Participanții pot avea dificultăți în înțelegerea și aplicarea structurii unui pitch, ceea ce poate duce la o prezentare neclară sau incoerentă. - Pitch-ul poate să nu fie destul de concis sau să nu evidențieze clar problema, soluția și avantajul competitiv al afacerii.	- Oferirea de sesiuni de formare și exerciții de vorbire în public, însoțite de feedback constructiv pentru a construi încredere. - Furnizarea unor exemple clare de pitch-uri și ghiduri pas cu pas pentru fiecare secțiune, pentru a asigura o structură eficientă. - Formarea participanților în a sintetiza informațiile și a le prezenta într-un mod atrăgător și ușor de înțeles, cu sesiuni de practică și corectare a mesajului.

	gestionare a întrebărilor și feedback-ului, pentru a îmbunătăți impactul prezentării.						- Teama de a vorbi în public – Emoțiile și anxietatea pot împiedica participanții să livreze un pitch eficient și să își gestioneze publicul. - Lipsa de feedback constructiv – Dacă participanții nu primesc feedback detaliat și util asupra pitch-ului lor, ar putea să nu înțeleagă cum să îmbunătățească prezentarea. - Timp insuficient pentru pregătirea pitch-ului – Participanții pot să nu aibă suficient timp pentru a-și finaliza și rafina pitch-ul, ceea ce poate afecta calitatea prezentării. - Diferențe de nivel de pregătire între participanți – Unele persoane pot avea abilități mai avansate în prezentarea ideilor, ceea ce poate duce la un decalaj în progresul grupului.	- Exerciții de relaxare, pregătirea graduală a participanților și simulări de prezentări într-un mediu mai puțin presant. - Organizarea unor sesiuni de mentorat individuale sau în grup pentru a oferi feedback personalizat și sugestii de îmbunătățire. - Oferirea unui program clar și suficient timp pentru pregătire, cu sesiuni de revizuire periodică a pitch-urilor. - Personalizarea exercițiilor și feedback-ului pentru a ține cont de diversele nivele de pregătire ale participanților.
--	---	--	--	--	--	--	---	---