



**A4.1 Organizarea, desfășurarea și monitorizarea activității firmelor de exercițiu**

# **Comunicare în firma de exercițiu. Aplicații informatice în diferite domenii**

**JOZSA VIOLETA/RAFE**

# Ce este comunicarea?

- Prin “comunicare” se înțelege în continuare transmiterea într-o formă inteligibilă a unui mesaj de la un emițător la un receptor.
- Emițătorul este o persoană, un grup sau o organizație care inițiază comunicarea.
- Receptorul este persoana sau grupul de persoane cărora li se adresează mesajul.
- Prin “proces de comunicare” se înțelege modul în care se produce comunicarea efectivă, adică modul în care se ajunge ca emițătorul și receptorul să împărtășească cunoașterea mesajului transmis.

# Ce este comunicarea?

- Procesul de comunicare are 4 componente principale:
  - Codificarea
  - Mediul de transmisie (canalul de comunicație)
  - Decodificarea
  - Răspunsul (feedback).
- Există, de asemenea, cei doi factori amintiți în definiție:
  - Emițătorul (sender)
  - Receptorul (receiver).
- Procesul începe cu emițătorul și se termină cu receptorul.

# Comunicarea

- Codificarea este acțiunea prin care emițătorul transformă mesajul într-o succesiune de simboluri (limbaj, gesturi etc.), mesajul codat.
- Emițătorul trebuie să aibă în vedere acea codificare prin care mesajul va ajunge cât mai nealterat la destinatar: simbolurile trebuie să fie accesibile, inteligibile pentru receptor.
- Comunicarea trebuie să fie centrată pe ascultător, pe auditoriu.

# Comunicarea

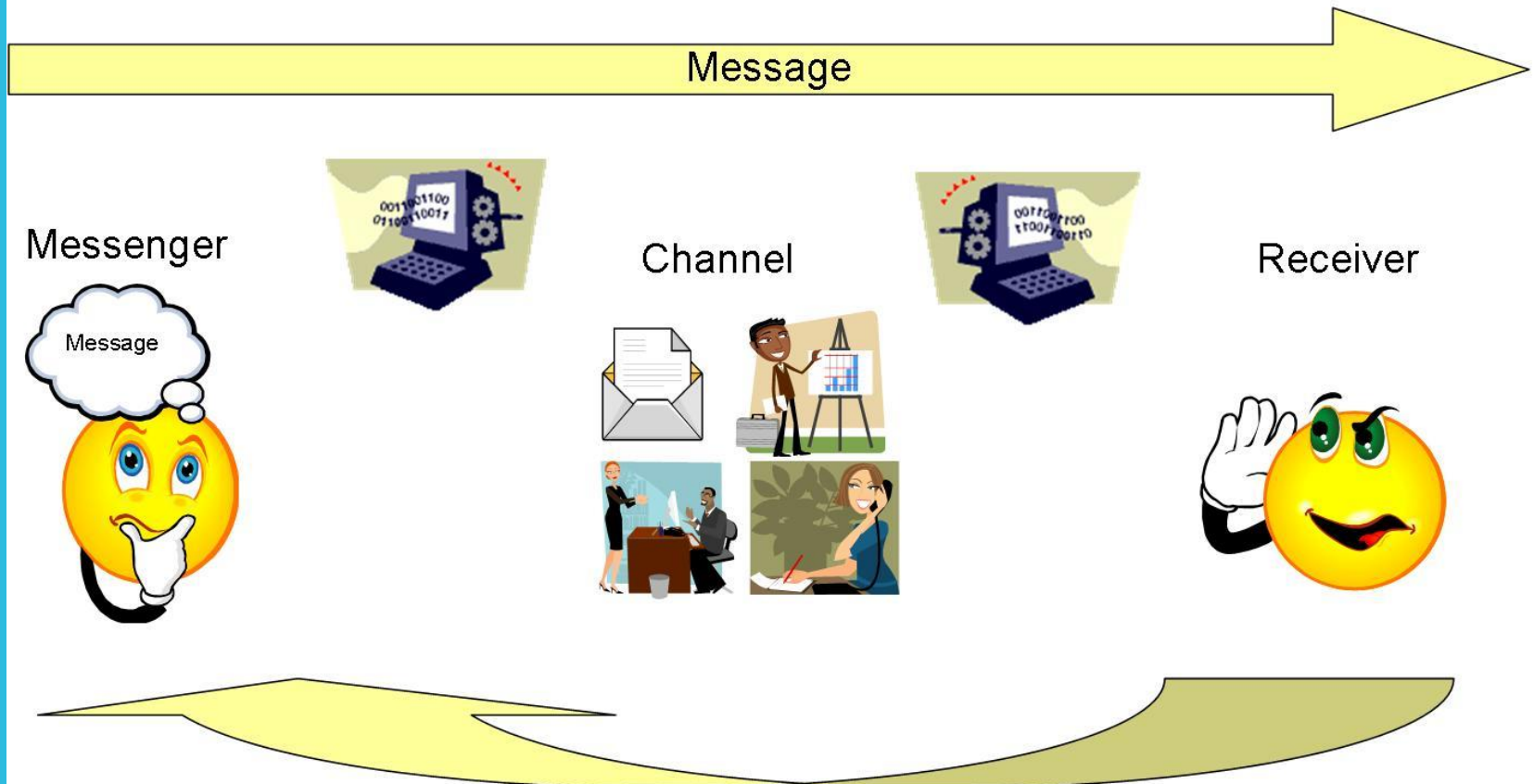
- Pentru transmiterea efectivă a mesajului, se alege un mediu de comunicație (un canal): vorbire, scris, telefon etc.
- Este evident că alegerea unui canal neadecvat poate conduce la eșecul comunicării.
- Decodificarea este efectuată de receptor prin interpretarea simbolurilor primite via canalul de comunicație.
- Comunicarea este cu succes atunci când mesajul este interpretat corect.
- Decodificarea este dependentă de experiența receptorului, de cultura lui etc. la fel după cum codificarea este dependentă de experiența, cultura etc. emițătorului.

# Comunicarea

- Feedback-ul este stadiul final al procesului de comunicare: destinatarul răspunde emitentului.
- Răspunsul este esențial prin aceea că permite emițătorului să aprecieze dacă mesajul s-a transmis corect.
- De reținut totuși că procesul de comunicare nu este atât de simplu pe cât pare și aceasta din cauza diferitelor capcane de pe parcurs:
  - Canal incorect ales,
  - Cuvinte neadecvate,
  - Contradicție între cele spuse și limbajul trupului,
  - Elemente care acaparează atenția destinatarului (zgomot, bruiaj)
  - etc.

# Comunicarea

## COMMUNICATION MODEL



# Tipuri de comunicare

- După natura interacțiunilor implicate, comunicarea poate fi:
  - **Intrapersonală** când o persoană interacționează cu ea însăși (comunicare intrisecă, reflexivă); emițătorul și receptorul sunt identici,
  - **Interpersonală** când este vorba de comunicare unul la unul sau către un grup mic de adresanți
  - **Intergrup** când interacționează grupuri
  - **De masă** când receptorul este un grup foarte numeros de persoane.



# Tipuri de comunicare

- Comunicarea poate fi
  - **Verbală** când se utilizează limbajul în formă orală sau scrisă
  - **Non-verbală** transmisă de gesturi cum ar fi expresia facială, mișcări ale trupului, tonul vocii, ochii etc. Deși i se acordă o mai mică importanță, s-a ajuns la concluzia că, de exemplu, într-o discuție obișnuită doar 5-10% este comunicare verbală, restul fiind non-verbală.

# Principii

- **7 principii care duc la succesul comunicării**
  - **Cunoașterea audienței țintă** – cine sunt, de ce au nevoie, cum poate fi contactată
  - **Claritatea obiectivelor** – ce se așteaptă de mesaj și cum poate fi evaluat efectul dorit
  - **Aprobarea** – audiența trebuie să aleagă mesajul transmis dintre multe mesaje care îi parvin simultan
  - **Strategia** – se vor utiliza cuvinte, imagini etc. acceptabile pentru audiență
  - **Acceptarea** – este mesajul credibil, crede audiența în mesaj ca și în comunicator?
  - **Repetarea** – mesajul trebuie “rămână”, trebuie făcut atractiv, repetat, transmis prin diferite canale
  - **Revizuirea și replanificarea** – s-a atins audiența țintă, s-au atins obiectivele, trebuie schimbat ceva...

# Mediu electronic

- **Rețea de calculatoare**  $\equiv$  colecție interconectată de calculatoare autonome
- **Scop & utilizări:**
  - partajarea resurselor fizice – procesoare, imprimante logice – utilizatori, servicii oferite date
  - fiabilitate & reducerea costurilor,
  - mediu de comunicare între oameni,
  - acces la informații de la distanță,
  - divertisment interactiv

# Mediu electronic

- **Nod**
  - calculator al unei rețele, având asociată o adresă
- **Resursă**
  - programe, echipamente, date disponibile – public sau nu – în cadrul rețelei
- **Comunicație**
  - mod de a schimba informații între calculatoarele unei rețele – via **canale**
- **Protocol**
  - regulile prin care se realizează comunicația
- **Difuzare**
  - trimitere de informații la mai multe calculatoare (*multicast*) sau la toate (*broadcast*)
- **Pachet**
  - modalitate de stocare a datelor transmise

# Modelul client/server

- **Server**  $\equiv$  entitate (hardware și/sau software) care oferă un set de servicii
- **Client**  $\equiv$  entitate (hardware și/sau software) care solicită servicii
- **Serviciu**  $\equiv$  facilitate oferită de un server și solicitată de unul/mai mulți clienți
- Exemple:
  - servicii de stocare (fișiere, baze de date,...), servicii de transmitere a poștei, servicii *e-commerce*

# Modelul client/server

- Un server poate oferi un serviciu mai multor clienți (în mod concurent)
- Un server poate oferi mai multe servicii simultan
  - Exemplu: stocare + e-mail + Web
- Serviciile se pot efectua cu confirmare sau nu a răspunsului – telefonie vs. poștă clasică
- Serverele și clienții “discută” via protocoale de comunicație (FTP, HTTP,...)

# Tipuri de rețele

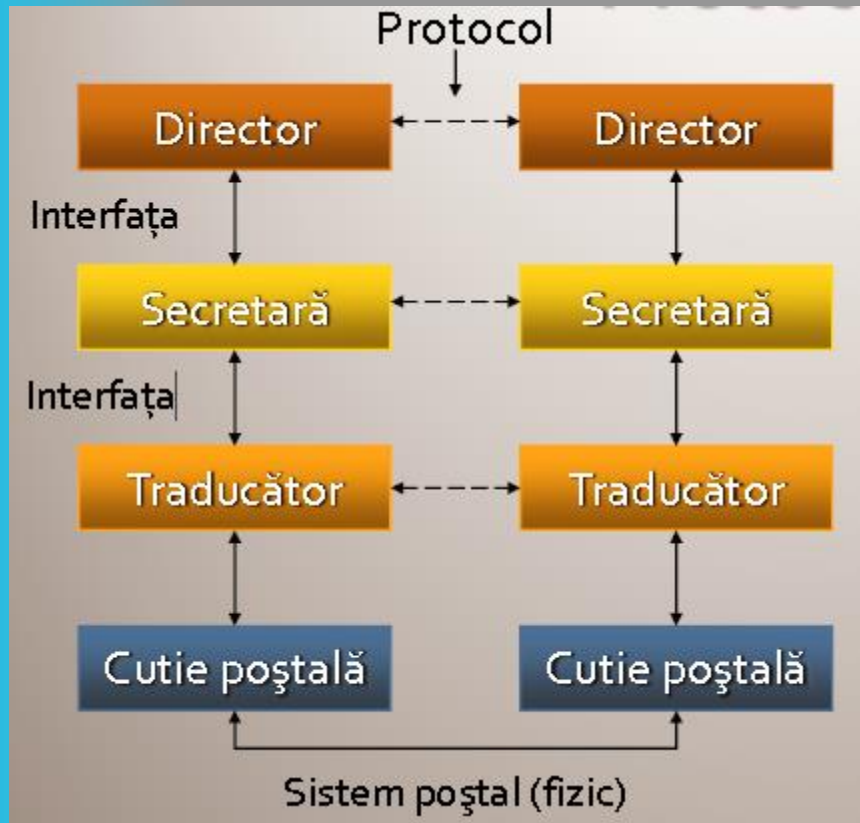
- După componență:
  - omogene & eterogene (echipamente, sistem de operare, servicii oferite,...)
- Conform dispunerii spațiale:
  - Multi-calculator
  - **LAN** (*Local Area Network*) – cameră, clădire, campus (**CAN** – **Campus Area Network**)
  - **MAN** (*Metropolitan Area Network*) – oraș
  - **WAN** (*Wide Area Network*) – țară, continent
  - **Internet** – planetă
- Conform transmițerii:
  - **cu difuzare** – un singur canal de comunicație
  - **Punct la punct** (*peer-to-peer*) – conexiuni multiple între perechi de noduri

# Tipuri de rețele

- Pentru reducerea complexității proiectării rețelei, activitatea de comunicare se organizează în **straturi (niveluri)** organizate într-o **ierarhie de niveluri**
- Probleme ale comunicării în rețea
  - probleme hardware (mașini, cabluri,...)
  - congestia datelor
  - întârzieri mari sau pierderi de informație
  - corupere de date
  - duplicarea datelor
  - alte erori



# Protocoale



- Fiecare nivel oferă anumite **servicii**
- 2 niveluri consecutive comunică via **interfață**
- Arhitectură de rețea
  - mulțimea de niveluri & protocoale
- Stivă de protocoale
  - mulțimea protocoalelor (pe toate nivelurile)

# Protocoale

- Tipuri de servicii:
  - **Orientate-conexiune** (serviciul telefonic) înainte de comunicarea propriu-zisă, trebuie stabilită o conexiune
  - **fără conexiune** (serviciul poștal) nu necesită ca în prealabil să se stabilească o conexiune
- **Orientate-conexiune**
  - Inițierea convorbirii
  - Dialogul dintre părți
  - Terminarea convorbirii
- **Fără conexiune**
  - Trimiterea unei scrisori
  - Nu se garantează ordinea recepționării
  - Mesajul se poate pierde



# Protocoale Internet

- **Stiva de protocoale TCP/IP**
  - Nivelul de aplicații
  - Nivelul transport
  - Nivelul rețea
  - Nivelul legătură de date
- **Nivelul de aplicații**
  - SMTP – Simple Mail Transfer Protocol
  - FTP – File Transfer Protocol
  - HTTP – HyperText Transfer Protocol,...
- **Nivelul transport**
  - TCP – Transmission Control Protocol
  - UDP – User Datagram Protocol
- **Nivelul rețea**
  - IP – Internet Protocol
- **Nivelul legătură de date**

# Componentă

- **Gazdă (*host*)**
  - orice sistem computațional conectat la Internet (comunicând via TCP/IP) rulează aplicații de interconectare
- **Rețele (*networks*)**
  - colecții de minim 2 gazde interconectate via o tehnologie de conectare fizică: e.g., cablu, fibră optică, unde radio, infraroșii etc.
  - arhitectura Internet este independentă de modul de conectare fizică (rețelistica)
- **Rutere (*routers*)**
  - entități oferind conectivitatea între rețele individuale, dirijarea datelor se poate face software ori hardware
- **Procesul de rutare** = găsirea drumului “optim” între noduri



# Servicii principale

- Poștă electronică (*e-mail*)
- Transfer de fișiere (FTP)
- Grupuri de știri (*news*)
- Comunicații inter-personale (IRC)
- World Wide Web (WWW)
- Mesagerie instantanee (*instant messaging*)
- Partajare de fișiere (*file sharing*)
- ...

# Organizare

- Coordonare
  - **ISOC** (*Internet SOCIety*) – **www.isoc.org**
  - **IETF** (*Internet Engineering Task Force*)
- Reglementări
  - **RFC** (*Request For Comments*) - specifică arhitectura și standardele Internet



# Aspecte tehnice: adresarea

- Domenii simbolice primare
  - **.org** (organizație)
  - **.gov** (guvernamental)
  - **.mil** (militar)
  - **.int** (internațional)
  - **.edu** (educațional)
  - **.com** (comercial)
  - **.net** (întreținere rețea/Internet)
- Corespunzătoare statelor lumii:
  - **.am .fr .ro .uk .us .tv**
- De interes general:
  - **.info .biz .mobi**

# Aspecte tehnice: adresarea

- Fiecare domeniu poate avea în jurisdicție sub-domenii – e.g., **info.uaic.ro**
- Un sub-domeniu poate include alte sub-domenii sau nume de mașini
- Nume simbolice: **thor, fenrir,...**
- *Alias-uri*: **www**  $\equiv$  **thor**, **ftp**  $\equiv$  **thor**  
(**www.infoiasi.ro**  $\equiv$  **thor.info.uaic.ro**)



# Ce este WWW?

- World Wide Web (WWW) este un sistem de documente hipertext interconectate și accesate via Internet.
  - Documentele (pagini web) pot fi vizualizate/activate prin intermediul unui browser de web și pot conține texte, imagini, clipuri audio/video etc. Programul browser poate naviga între documente utilizând legăturile existente (hyperlinks).
- World Wide Web permite distribuirea documentelor pe Internet.
- World Wide Web nu este sinonim cu Internet, este o aplicație care se execută în Internet, un serviciu Internet.
- WWW este bazat pe **modelul client/server** și pe **hipertext**.

# Utilizare WWW

- **Un browser de web, la indicarea unui document de către utilizator, parcurge următoarele etape:**
  - Porțiunea server-name din URL este tradusă (rezolvată) într-o adresă IP (locația serverului web unde se află documentul cerut); acest pas este executat utilizând baza de date globală, distribuită în Internet, DNS (Domain Name System)
  - Se contactează serverul de la adresa IP obținută, trimițând o cerere HTTP; de regulă se solicită mai întâi textul HTML și, pe baza legăturilor din text, celelalte fișiere necesare.
  - Pe măsură ce primește documentele de la serverul web, browser-ul redă pe ecran (on-screen) pagina web solicitată de utilizator.

# Adresare WWW

- Apariția combinației `www` în multe adrese web se datorează doar tradiției – serverele erau denumite la început după serviciul oferit (aici `www`).
- Partea `'http://'` sau `'https://'` dintr-o adresă web denotă protocolul utilizat în procesul de comunicație cu serverul web (prin urmare Hypertext Transfer Protocol, HTTP, respectiv HTTP Secure)

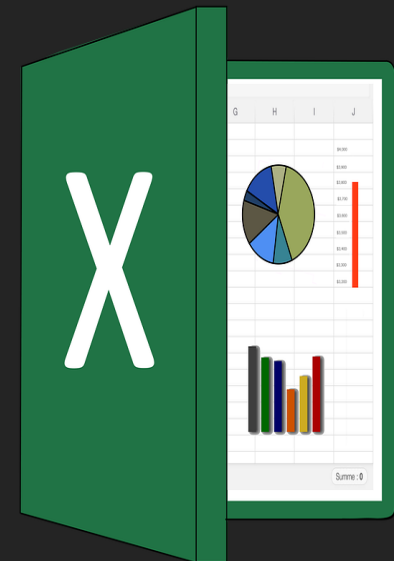
# Pachetul Microsoft Office

- Pentru a prelucra cu succes datele, Microsoft pune la dispozitie un pachet de programe printre care se Numara:
  - Microsoft Excel
  - Microsoft Access
  - Microsoft Word
  - Microsoft Power Point
  - Microsoft Outlook



# Microsoft Excel

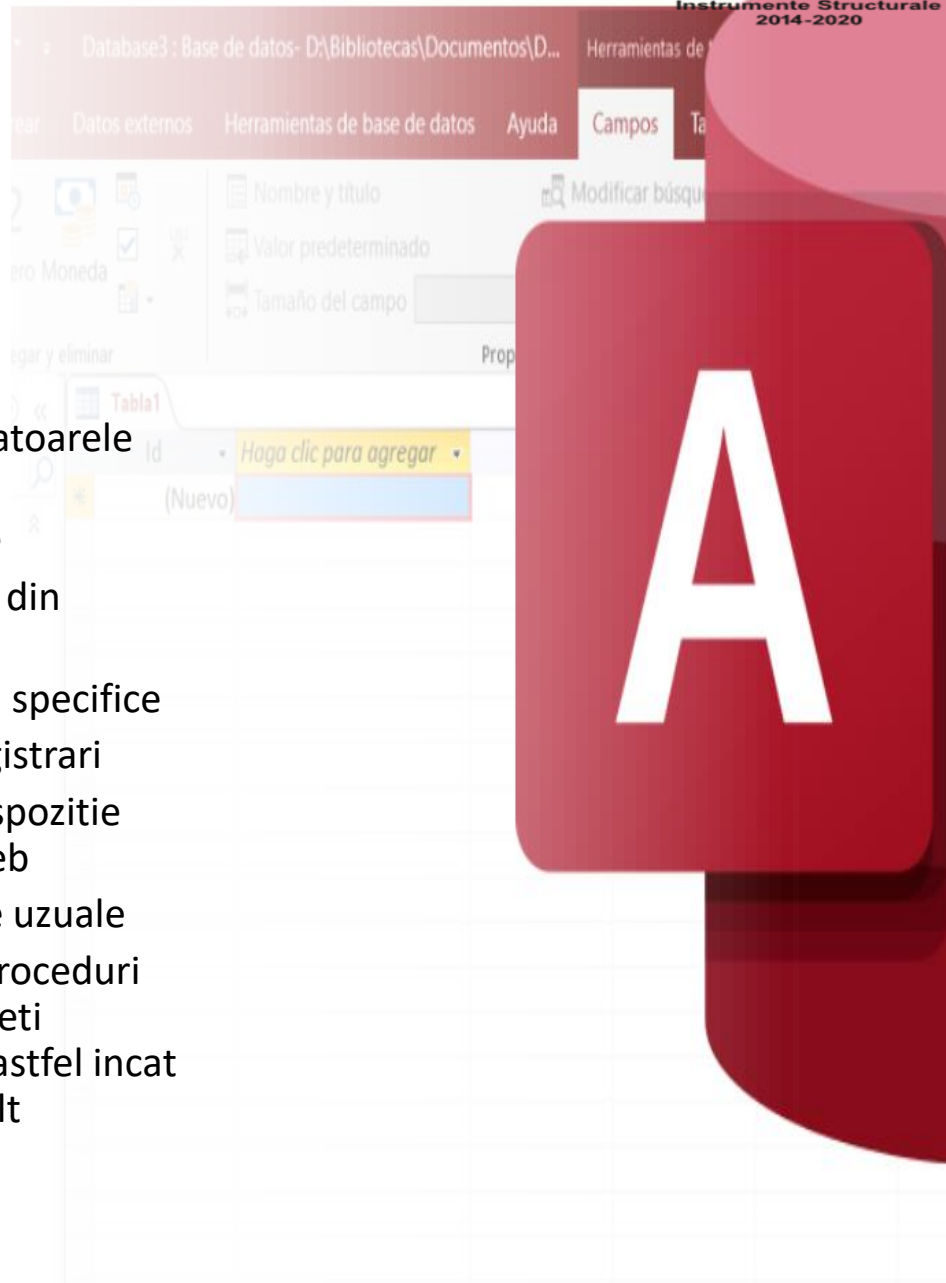
- Microsoft Excel este un program performant de calcul tabelar (spreadsheet program) ce se poate utiliza pentru stocarea și prelucrarea eficientă a listelor de date în vederea realizării de calculi numerice în scopul obținerii de rapoarte și analize, foarte utile în contabilitate.
- De asemenea, pe baza datelor înregistrate, programul Excel poate crea foarte ușor diagrame și poate face schimb de informații cu alte programe.



# Microsoft Access

O baza de date Access consta din urmatoarele obiecte:

- Tabele – contin toate inregistrarile
- Formulare – afiseaza inregistrarile din tabele, una cate una
- Interogari – localizeaza inregistrari specifice
- Rapoarte – tiparesc loturi de inregistrari
- Pagini de acces la date – pun la dispozitie date prin intermediul paginilor Web
- Macrocomenzi – actiuni automate uzuale
- Module – stocheaza declaratii si proceduri Visual Basic, care va permit sa scrieti programe pentru bazele de date, astfel incat acestea sa poata interactiona cu alt software.



# Microsoft Power Point

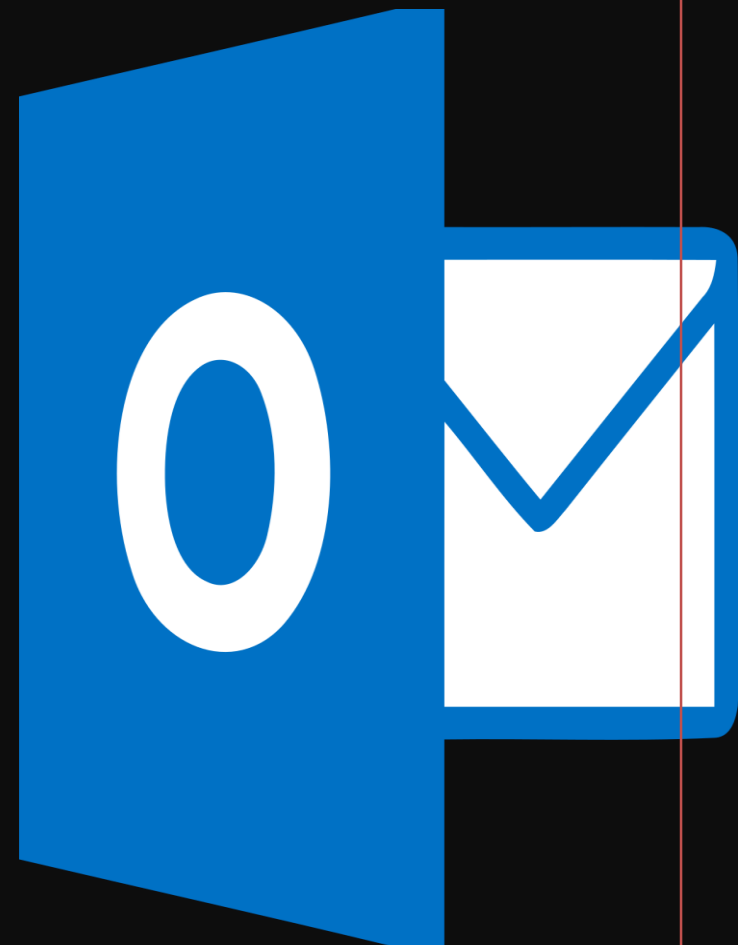
- Aranjamentul constituit din texte, imagini grafice si alte obiecte, care fac parte dintr-un diapozitiv, se numeste macheta (layout). Power Point include mai multe variante de machete cu diverse obiecte cum ar fi:
  - ✓ titluri,
  - ✓ liste marcate,
  - ✓ imagini grafice,
  - ✓ diagrame,
  - ✓ alte obiecte, singure sau in combinatii.
- Pentru a face prezentarea mai atractiva, se pot folosi culori, fonturi, imagini grafice pentru fundal. Toate aceste componente fac parte dintr-o colectie de obiecte numite sabloane de proiect (design templates).





# Microsoft Outlook

Outlook organizează e-mailuri, calendare, persoane de contact, activități și liste de făcut, totul într-un singur rând. Acea organizație începe cu contul de e-mail. De acolo, puteți începe să lucrați cu mesaje de e-mail, să le transformați în activități sau rezervări și să stocați informații despre persoanele cu care interacționați în persoanele de contact, astfel încât să nu fie nevoie să rețineți niciodată o adresă de e-mail sau un număr de telefon.







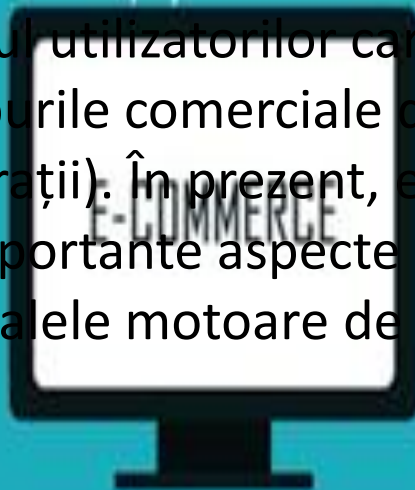
# Aplicatiile TIC in diferite domenii



# Comertul electronic

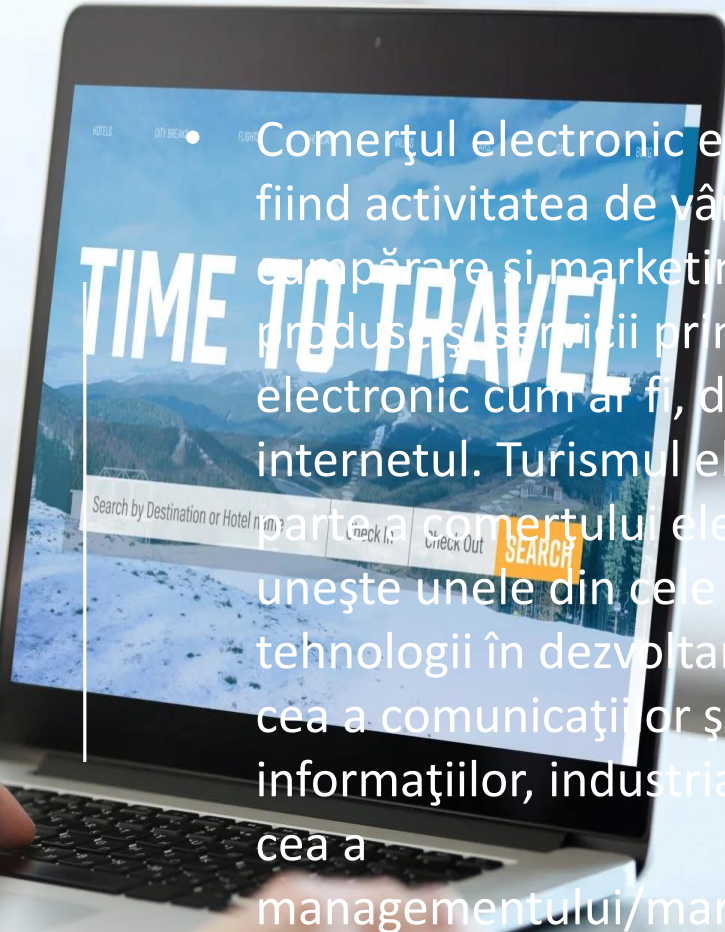
---

- E-commerce reprezintă un termen pentru orice tip de afacere sau tranzacție comercială care implică transferul de informații pe Internet. Acesta acoperă o gamă largă de afaceri, de la site-uri ce vand produse retail (cu amănuntul) și care se bazează pe numărul utilizatorilor care vizitează zilnic portalul, până la schimburile comerciale de mărfuri și servicii între companii mari (corporații). În prezent, e-commerce reprezintă unul dintre cele mai importante aspecte ale internetului, fiind unul dintre principalele motoare de creștere.





# Turismul electronic



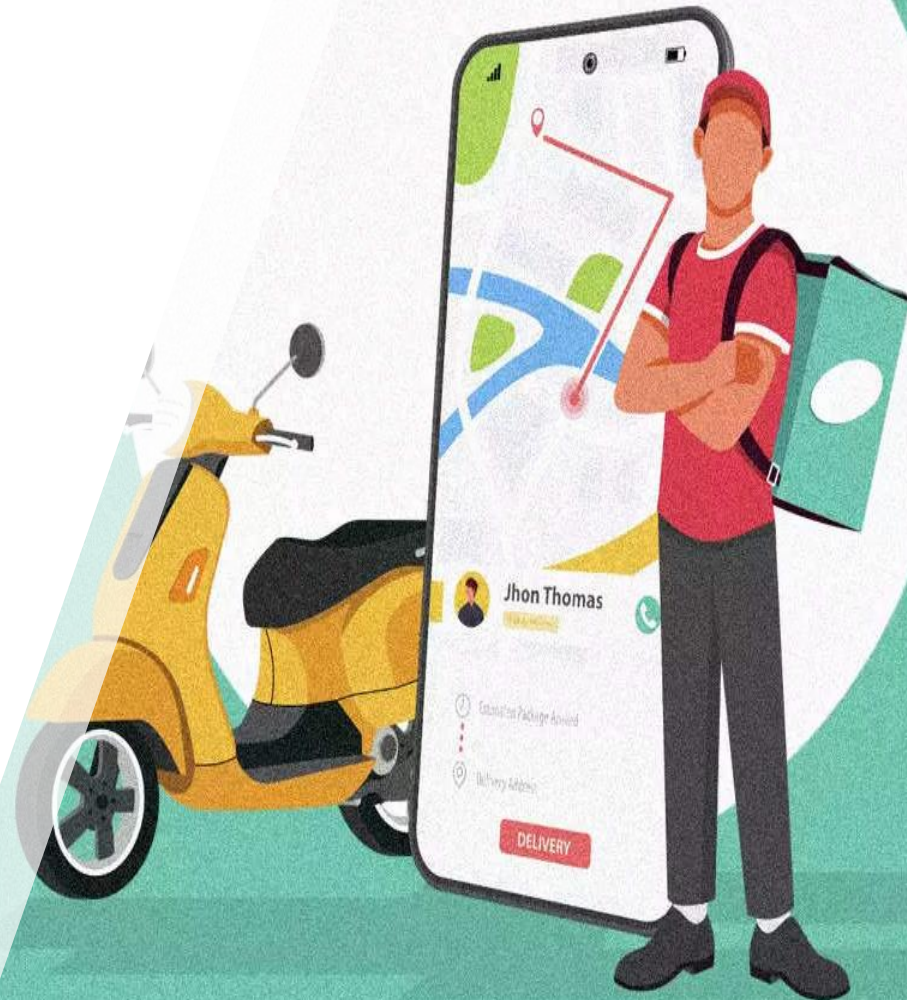
Comerțul electronic este definit ca fiind activitatea de vânzare-cumpărare și marketing pentru produse și servicii printr-un sistem electronic cum ar fi, de exemplu, internetul. Turismul electronic este parte a comerțului electronic și unește unele din cele mai rapide tehnologii în dezvoltare, cum sunt cea a comunicațiilor și tehnologiei informațiilor, industria ospitalității și cea a managementului/marketingului.

- Un element central al procesului de e-tourism îl reprezintă portalurile de de turism, ce pot fi descrise ca o infrastructura a unei comunități de afaceri ce oferă un mediu transparent pentru dezvoltarea afacerilor de turism. Portalul de turism reunește toate părțile implicate în activitățile turistice într-un spațiu virtual, și anume furnizorii de servicii turistice agențiile de turism și, nu în ultimul rând, consumatorii de bunuri și servicii turistice (ex: Booking, Trivago, Travelminit, etc.)



# Domeniul HORECA

- Când vine vorba de restaurante și cafenele, domeniul TIC are o aplicabilitate foarte mare, de la aplicații care oferă cel mai rapid mod de a gestiona comenzile din restaurante fără a mai folosi pixul și hârtia, la softurile caselor de marcat și chiar aplicațiile de delivery, fie ale propriei firme (ex. Sabroso, La Scoica, etc.) fie din surse externe (ex. Food Panda, Glovo etc.)



# E-learning

- Intervenția TIC în educație poate ajunge la concepte avansate de predare prin intermediul tehnologiilor, și anume, e-learning. Datorită dezvoltării tehnologiilor de comunicare, informația este accesibilă pentru un număr din ce în ce mai mare de persoane și în diverse forme. Sursele de informații sunt abundente, iar mijloacele de comunicare deschid noi posibilități pentru profesori și elevi pentru procesele de predare/învățare.





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020

A4.1 Organizarea, desfășurarea și monitorizarea activității firmelor de exercițiu

**PRACTIC - Practica la locul de muncă,  
poartă deschisă spre angajare**

# **Comunicarea și negocierea în FE**

**PANGU TANȚA/EFE**



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020

# Comunicare în FE – proces managerial

- **Comunicarea publică:**
  - furnizori;
  - clienți.
- **Comunicarea instituțională:**
  - ROCT;
  - școală;
  - firma-mamă, alte instituții.
- **Comunicarea internă**
  - angajați.



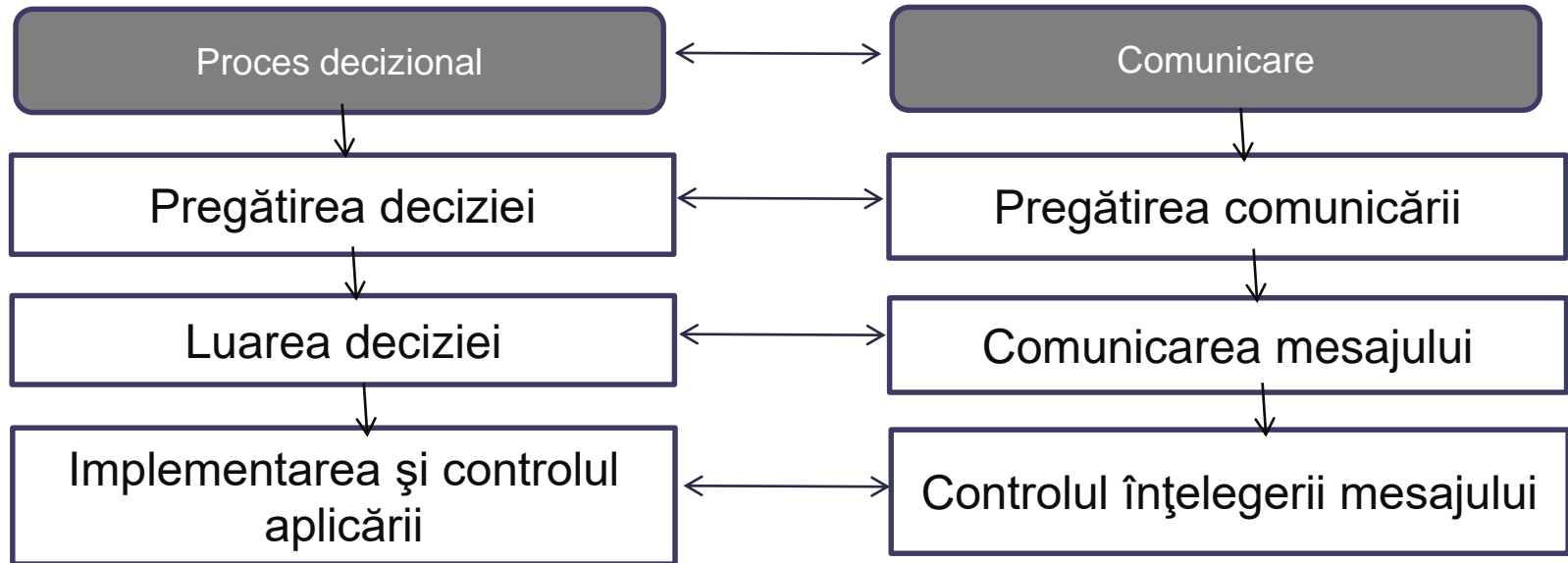


UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020

# Procesul de comunicare managerială





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020

## Formele comunicării

- Comunicare verbală:
  - comunicare orală;
  - comunicare scrisă.
- Comunicare nonverbală:
  - limbajul corpului;
  - limbajul spațiului;
  - limbajul timpului;
  - limbajul culorilor;
  - limbajul tăcerii.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020

# Reguli pentru comunicarea scrisă

- Redactare îngrijită și estetică
- Limbaj simplu, fără a exagera în acest sens
- Stil energic pentru a sugera siguranță și încredere în sine
- Evitarea amănuntelor neimportante
- Evitarea promisiunilor ce nu pot fi respectate
- Evitarea unor critici nefondate



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020

# Negocierea – modalitate de realizare a schimburilor economice

- Scopul negocierii:
  - concretizarea discuțiilor purtate între doi sau mai mulți parteneri în legătură cu un deziderat economic comun, cum ar fi: tranzacțiile comerciale, acordarea reciprocă de facilități fiscale sau comerciale, etc.
  
- Elementul definitoriu al unei negocieri este ***dialogul***.

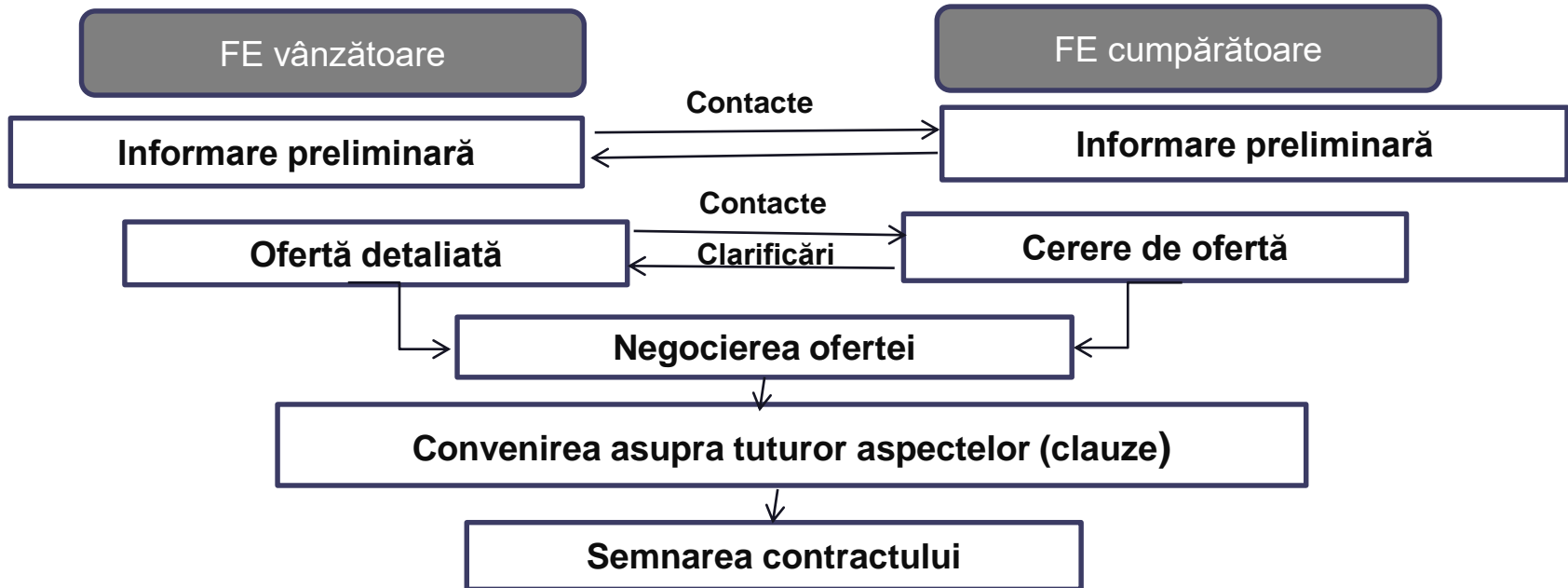


UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020

# Desfășurarea procesului de negociere





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020

# Contractul de vânzare-cumpărare

- Este produsul final obținut de FE în urma negocierii
- Elementele contractului (aplicabile în FE):
  - părțile contractante;
  - obiectul contractului;
  - durata contractului;
  - termene de livrare;
  - prețul contractului;
  - modalități de plată și condiții;
  - condiții de livrare;
  - forța majoră;
  - clauza penală.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020

*Negociem?.....*



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020



- De acum, fie ca va creati un cont pe un site, comandati ceva online, platiti cu cardul la o cafenea, va rezervati un weekend la munte sau cititi un text, analizati un tabel sau urmariti o prezentare, ca aceasta, veti sti ce face posibile toate aceste lucruri.

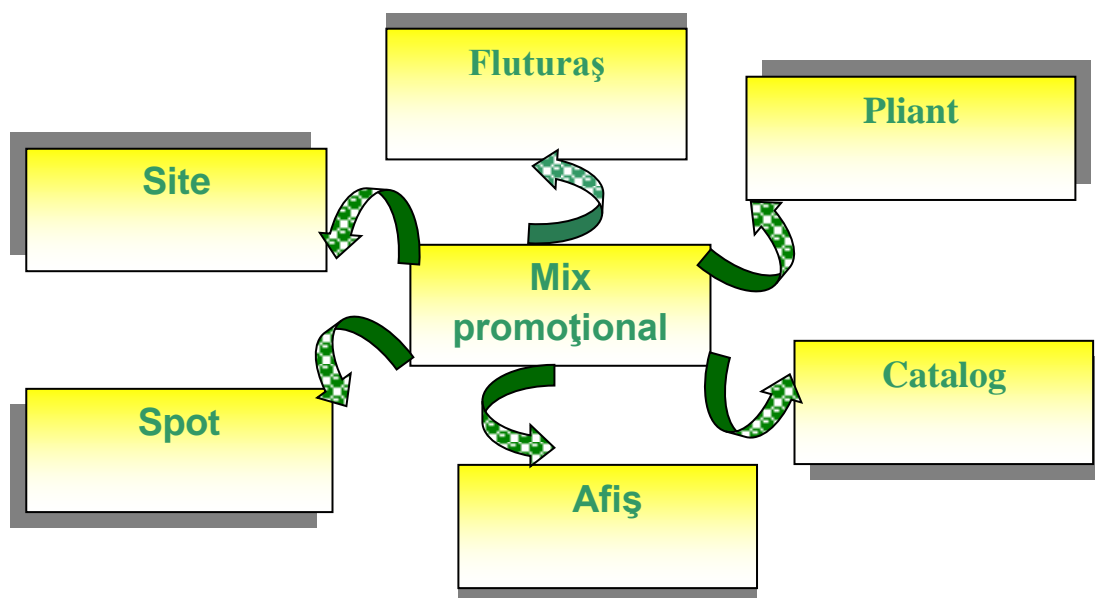


## A4.1 Organizarea, desfășurarea și monitorizarea activității firmelor de exercițiu

### Reguli de realizare a materialelor promoționale ale firmei de exercițiu

Materialele publicitare joacă un rol important în succesul promovării firmelor de exercițiu. Acestea pot face, pe de o parte, obiectul unor concursuri organizate la nivelul târgurilor, iar, pe de altă parte, pot transforma un client potențial într-un client real.




**Mixul promoțional** al firmelor de exercițiu este format din:



#### Fluturașul

firmelor de exercițiu conține puține informații, dar esențiale pentru atragerea și informarea potențialilor parteneri în cadrul târgului.

#### Elementele unui fluturaș;

-  Numele firmei de exercițiu
-  Logo-ul sau sigla
-  Sloganul



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020

## Pliantul

promovează activitatea sau oferta unei firme de exercițiu cu ajutorul unei foi publicitare cu mai multe fețe. Avantajele folosirii unui pliant pentru promovarea firmei de exercițiu sunt date de faptul că îmbină două funcții ale reclamei: informează publicul despre existența firmei de exercițiu și oferă informații suplimentare celor interesați.

Recomandări pentru realizarea unui **pliant al firmei de exercițiu**:

- **Stil simplu** - firmele de exercițiu partenere sau vizitatorii târgului trebuie să înțeleagă dintr-o privire despre ce este vorba. În acest sens, se recomandă folosirea unor fotografii clare, legate de produs și modalitatea de folosire a acestuia. Pentru a mări credibilitatea mesajului pliantului, se recomandă folosirea unor imagini din interiorul firmei de exercițiu, cu personalul acesteia etc.
- **Culorile** - reprezintă un element de compoziție important. Se recomandă folosirea în principal a culorilor firmei de exercițiu.
- **Textul** - pliantului trebuie conceput astfel încât să răspundă la întrebările „de ce ar cumpăra cineva acel produs?“, „de ce ar apela cineva la serviciile firmei de exercițiu?“ De asemenea, la realizarea textului trebuie să se țină cont că firma de exercițiu vinde avantaje și nu produse simple, banale.
- **Titlul pliantului**– trebuie să atragă atenția cititorului, să-l provoace pentru parcurgerea întregului pliant. Se recomandă folosirea unor cuvinte de acțiune și a clișeele verbale.
- **Feedback** - respectiv: numele și adresa firmei de exercițiu, telefon, fax, adresa web unde cel interesat poate obține informații suplimentare și, eventual, comanda.
- **Cuponul de comandă** – dacă pliantul face suportul unei campanii promoționale, poate conține și cupon de comandă. În acest caz, spațierea trebuie să fie corespunzătoare pentru a oferi posibilitatea participanților de a completa toate datele.

## Catalogul

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

**Structura unui catalog al firmelor de exercițiu:**

- Prezentarea firmei de exercițiu și a angajaților firmei de exercițiu;
- Cuprins;
- Prezentarea ofertei de produse și servicii;
- Codurile produselor;
- Numerotarea paginilor;
- Lista de prețuri;
- Formular de comandă;
- Logo;



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020

- Informații contact: adresă, e-mail, telefon, fax;
- Coperta trebuie să conțină denumirea firmei de exercițiu. Aceasta poate avea o formă estetică, ce reflectă domeniul de activitate sau o formă clasică.

### Afișul publicitar

este un mijloc de comunicare care aduce la cunoștința trecătorului de existența firmei de exercițiului sau a anumitor produse și servicii, propunându-și modificarea comportamentul de cumpărare.

### Recomandări pentru realizarea unui afiș publicitar:

- Afișul este **văzut** de trecători - nu trebuie să argumenteze, ci doar să afirme și să repete cât mai mult afirmația făcută, realizând susținere publicitară;
- Efect de **blitz** asupra receptorului - trebuie să fie bine conceput din punct de vedere grafic, coloristic, să dispună de un titlu scurt și sugestiv;
- **Mărimea** - poate varia de la formatul A2 până la afișe de tip poster de câțiva metri, în funcție de locul de expunere;
- **Culoarea** recomandată - negru-alb, negru-galben, roșu-alb, albastru-alb, verde-alb, verde-roșu, portocaliu-negru, albastru-galben, roșu-galben etc. De recomandat este să folosirea culorilor firmei de exercițiu;
- **Textul** afișului - trebuie să îndeplinească cumulativ mai multe condiții: tipar înalt, clar, cu spațiere; conținutul să fie sugestiv, să rețină atenția, să fie ușor de memorat, să fie provocator;
- **Ilustrația** – este elementul dominant din compoziția unui afiș: să fie clară; culorile cât mai apropiate de realitate și prin combinație să ofere o notă de distincție; utilizarea unor simboluri cu impact mare la public sau chiar imagini cu angajați din firma de exercițiu.

### Spotul publicitar

este o creație complexă, deoarece conține o componentă vizuală și o componentă sonoră. Spotul este realizat fie pentru promovarea firmei de exercițiu în ansamblu, punându-se accent pe domeniul de activitate, fie pentru un anumit produs sau serviciu comercializat de către firma de exercițiu.

De regulă, **elementele unui spot publicitar** sunt:

- 🔔 **Produsul** – în cadrul spotului, produsul firmei de exercițiu se comportă astfel: plan mare pe produs, planuri din diverse unghiuri, toate îmbinate cu anumite particularități de utilizare și serii de efecte speciale;
- 🔔 **Decorul** – poate fi realist, în mediu natural sau estetic, în mediu artificial, decor unic sau combinație, cu produs plasat în decor sau în exteriorul acestuia;








UNIUNEA EUROPEANĂ



GVERNUL ROMÂNIEI



Instrumente Structurale  
2014-2020

-  **Personajele** – pot participa unul sau mai multe personaje, după un scenariu, având rol principal sau figurație. Personajele sunt caracterizate de următoarele aspecte: vârstă, sex, aspect fizic, statut social, iar raportul dintre ele poate fi diferit: copii-părinți, generații diferite (bunici – părinți - copii), colegi, prieteni etc.;
-  **Componenta cinematografică** – în acest caz putem utiliza: scenete, reportaje, desene animate sau combinații ale lor; planuri scurte sau lungi, cu derulare rapidă sau încetă;
-  **Coloana sonoră** – se poate opta pentru un fond muzical cu sau fără vocea unor personaje, cu sau fără comentarii, cu sau fără zgomote;
-  **Textul** – se referă la textul prezent pe ecran în timpul derulării reclamei. Având în vedere timpul de expunere scurt și necesitatea valorificării altor componente ale creației, acesta este cât mai sumar și se rezumă de obicei la sloganul firmei de exercițiu, denumirea produsului/mărcii și informațiile pentru feed-back (adresă, telefon, fax, e-mail, etc.);
-  **Planul** – se referă la măsura în care subiectul este mai aproape sau mai depărtat. Funcție de obiectivul urmărit și mesajul transmis se pot folosi mai multe tipuri de planuri:

**Site-ul firmei de exercițiu**

este o creație complexă și are ca scop promovarea firmei de exercițiu.

**Structura** unui site al firmei de exercițiu poate fi următoarea:

- Firma de exercițiu:
  - Cine suntem noi
  - Istoric
  - Activități
  - Produse-servicii
  - Departamente
  - Portofolii de clienți
  - Reușitele firmei de exercițiu
- Noutăți
- Sugestii din partea clienților
- Oferte de locuri de muncă
- Logo-uri
- Newsletter

Elaborat,  
Jozsa Violeta/RAFE

#### A4.1 Organizarea, desfășurarea și monitorizarea activității firmelor de exercițiu



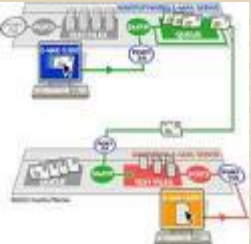
# POȘTA ELECTRONICĂ ÎN OPERAȚIUNILE COMERCIALE ȘI FINANCIARE LA AGENȚII ECONOMICI



# Ce este e-mail-ul?



- E-mailul este, probabil, una din cele mai grozave invenții din istorie.
- Însă asta nu înseamnă că trebuie folosit abuziv.
- E-mailul este făcut pentru comunicare rapidă și scurtă.





# Ce reprezintă un cont de e-mail?

- O casuță de e-mail este un spațiu de memorie într-un server, undeva într-o țară, oferit de o firmă pe web-site-ul ei.
- Fiecarei casuțe de e-mail îi corespunde o adresă de e-mail.
- Folosind această adresă, puteți trimite sau primi mesaje de e-mail.
- Mesajele se păstrează în casuța de e-mail până decideți să le ștergeți.





# Structura unui mesaj

- Scrisoarea electronică este un mesaj format din antet, corp și semnătură.

**A. ANTETUL** - este o secvență standard de informații cu care începe mesajul:

- „To“: adresa de e-mail a destinatarului;
- „Subject“: în câteva cuvinte este descris subiectul scrisorii;
- „Cc“: „carbon copy“ (lista altor destinatari ai mesajului);
- „Bcc“: „blind carbon copy“.







# Structura unui mesaj

## B. CORPUL – este mesajul propriu-zis.

- Poate fi redactat cu ajutorul unui editor sau procesor de texte și inserat în mesajul electronic sau atașat mesajului ca fișier.
- Poate fi redactat cu propriul editor de texte al programelor de poștă electronică.
- Se pot insera în mesaje informații reprezentate în format multimedia și secvențe html la fel ca orice pagină de web.

## C. SEMNĂTURA – este o secvență standard de informații (autor, domeniile sale de interes, afilieri, date de contact) care se adaugă la sfârșitul mesajului poștal.



# Etapele setării semnăturii

- Se intră pe adresa de e-mail a firmei de exercițiu.
- Se realizează secvența de comenzi:
  - „Options“;
  - „More options“;
  - „Signature“;
  - „Show a signature to all going messages“;
  - „Save changes“.





# Setarea semnăturii în contul de e-mail al unei firme

**SC AZUR SRL**

**Administrator: Ana Popescu**

**Drobeta Turnu Severin, Str. Narciselor, nr. 12, România**

**Tel./Fax: +4/0252/325047**

**Sc\_azur@yahoo.com, [www.azur.com](http://www.azur.com)**

**Număr de ordine la Registrul : J35/123/27.10.2013**

**CUI: 1234567**

**Cod IBAN - RON: RO35BTR001256 – Banca Transilvania**

**ORAR: Luni-Vineri, 8 a.m. – 16 a.m.**





## Reguli generale de redactare a mesajelor



- **Nu abuzați de limbaj**
- **Păstrați paragrafele scurte**
- **Formulați subiectul cât mai sugestiv**
- **Limitați lungimea liniei la 72 de caractere**
- **NU FOLOSIȚI NUMAI MAJUSCULE**
- **Folosiți citate scurte**
- **Nu utilizați simboluri emoționale și acronime în explicații**



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020



## Reguli de politețe în redactarea mesajelor

- **Alegeți și folosiți subiectul cu chibzuință**
- **Folosiți formule de politețe**
- **Includeți o formulă de salut și adresare personală**
- **Răspundeți cu promptitudine la mesaje**
- **Considerați comunicarea un domeniu public**
- **Nu faceți nici o presupunere**
- **Fiți conștienți că neînțelegerile sunt un fapt obișnuit**
- **Nu trimiteți niciodată e-mail-uri când sunteți supărați**
- **„Delete“ nu înseamnă niciodată pierdut pentru totdeauna**



## Utilizarea e-mail-ului în activitatea economică a FE

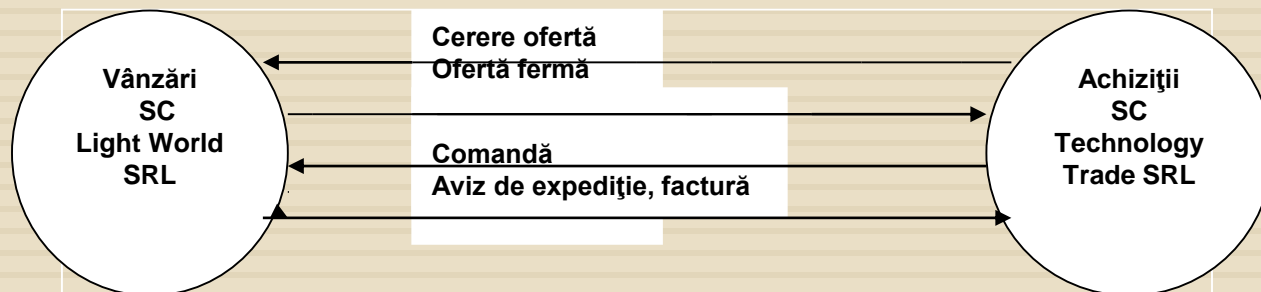
**Comunicarea prin e-mail se realizează cu:**

- **alte firme(furnizori, clienți);**
- **instituții;**
- **unității bancare;**
- **conducerea firmei;**
- **parteneri sociali.**



## Realizarea tranzacțiilor prin intermediul e-mail-ului

- Realizarea tranzacțiilor dintre unitati (furnizor și client) utilizează setul de documente: cerere de ofertă, ofertă, comandă, factură/aviz de însoțire, OP/CEC, extras de cont





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020



# Cerințele unui mesaj eficient

- Subiect relevant
  - Conținut concis și util
  - „Reply“-uri bine scrise
  - O semnătură profesională
- .....și, poate, calea spre o  
afacere de **SUCCESS!**







UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020

# Mulțumim !

Thank you!!

**JOZSA VIOLETA/RAFE**

**PANGU TANȚA/EFE**

Inspectoratul Școlar Județean Mehedinți

PRACTIC - Practica la locul de muncă, poartă deschisă spre angajare (Cod MySmis 2014+:131146)

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020