



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013CNDIPT
OFICIUL

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
INVESTEȘTE ÎN OAMENII

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu plața muncii”,

DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,

Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"

ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov /Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

Nr. 6330 / 12.11.2015

Aprobat,
Director General- Cosmin Roșu



REGULAMENT cu privire la organizarea concursului „Cel mai bun plan de afaceri”

I. DISPOZITII GENERALE

1.1. Concursul “Cel mai bun plan de afaceri” este organizat de către partenerii in proiectul *EDUCATIE "CU PROFIT" - ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105*

1.2. Concursul “Cel mai bun plan de afaceri” se organizează în scopul impulsivării, stimulării și dezvoltării antreprenoriatului în România, în special în rândul tineretului, susținerii spiritului managerial și promovării culturii inovării în societate.

1.3. Activitatea privind organizarea, desfășurarea și totalizarea rezultatelor concursului va fi efectuată de către organizatori.

1.4. Lucrările prezentate la concurs vor fi examinate inițial de către **Comisia de Eligibilitate**, creată în cadrul partenerului responsabil, iar câștigătorii vor fi stabiliți de către **Comisia de evaluare**, creată din reprezentanți ai instituțiilor coorganizatoare.

1.5. Prezentul regulament determină cerințele față de participanții și lucrările prezentate la concurs, criteriile de selectare și evaluare, termenul de desfășurare a Concursului, ordinea de identificare a câștigătorilor.

1.6. Câștigătorii vor fi primi diplome și premii de 300 lei/ plan de afaceri câștigător. Toți beneficiarii înscriși în concurs vor primi Certificate de participare.

II. CONDIȚII DE ELIGIBILITATE A CANDIDAȚILOR



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



CNDIPT
CIPOSDRU

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013:
INVESTEȘTE ÎN OAMENII

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu plața muncii”,

DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,

Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"

ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov / Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

2.1. La Concurs pot participa elevi sau grupuri de elevi – beneficiari ai proiectului *EDUCATIE "CU PROFIT"* - ID Proiect: *POSDRU/175/2.1/S/150105*, care vor prezenta planuri de afaceri bine argumentate.

III. CONDIȚII DE PARTICIPARE LA CONCURS

3.1. Participanții la Concurs trimit o arhiva care include o cerere-tip de participare (*anexa 1*) și planul de afaceri, structurat conform *anexei nr.2* la prezentul Regulament.

3.2. Termenul limită de trimitere online a dosarelor este data de **24 noiembrie 2015, ora 24,00**. Organizatorii își rezervă dreptul de a prelungi termenul limită de prezentare a dosarelor.

3.3. Înaintarea cererii la Concurs presupune acceptarea condițiilor prezentului Regulament.

IV. CRITERII DE EVALUARE A DOSARELOR

4.1. Dosarele vor conține:

- cererea de înscriere în concurs semnată de beneficiar / echipă de beneficiari și un profesor coordonator (*anexa 1*)
- planul de afaceri propriu-zis (*anexa 2*)
- documente suport ale planului de afaceri

V. MODUL DE EXAMINARE ȘI EVALUARE A DOSARELOR PREZENTATE LA CONCURS

5.1. Dosarele prezentate la Concurs vor fi examinate inițial de către **Comisia de eligibilitate**, creată în cadrul fiecărui partener în proiect, care va evalua dosarele primite de la unitățile de învățământ de care este responsabil.

5.2. Comisia de eligibilitate va completa pentru fiecare dosar înregistrat *anexa nr.3 la prezentul Regulament*, în perioada 25 – 26 noiembrie. Dacă unul din câmpurile din tabel este marcat cu NU, dosarul va fi declarat neeligibil.

5.3. Comisiile de eligibilitate din cadrul partenerilor vor transmite comisiilor de evaluare – prevazute la pct 5.5. - dosarele proiectelor eligibile cel târziu în data de 26 noiembrie 2015.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



CNDIPT
OPSDRU

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013:
INVESTEȘTE ÎN OAMENII

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”,

DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,

Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"

ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov /Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

5.4. Comisia de evaluare, creată în cadrul fiecărui partener în proiect, va evalua dosarele prezentate la **Concursul „Cel mai bun plan de afaceri”** în perioada **27.11-02.12 2015** conform criteriilor de evaluare (*anexa nr.4 la prezentul Regulament*).

5.5. Evaluarea proiectelor se va decide astfel:

a) pentru proiectele depuse de beneficiarii din cadrul firmelor de exercițiu coordonate de Fundatia Corona, depunerea dosarelor proiectelor se va face la adresa office@fundatiacorona.ro.

Evaluarea se va face de către comisia de evaluare constituită de Camera de Comerț și Industrie Brașov. Dosarele eligibile vor fi transmise de către Fundatia Corona la adresa ccibv@ccibv.ro, luisa.palosi@ccibv.ro

b) pentru proiectele depuse de beneficiarii din cadrul firmelor de exercițiu coordonate de SC INFO EDUCAȚIA SRL, depunerea dosarelor de proiect se va face la adresa office@infoeducatia.ro

Evaluarea se va face de către comisia de evaluare constituită de Camera de Comerț și Industrie Alba. Dosarele eligibile vor fi transmise de către SC INFO EDUCAȚIA SRL la adresa cciaalba@cciaalba.ro,

c) pentru proiectele depuse de beneficiarii din cadrul firmelor de exercițiu coordonate de Camera de Comerț și Industrie Brașov, depunerea dosarelor proiectelor se va face la adresa ccibv@ccibv.ro, luisa.palosi@ccibv.ro

Evaluarea se va face de către comisia de evaluare constituită de SC INFO EDUCAȚIA SRL. Dosarele eligibile vor fi transmise de către Camera de Comerț și Industrie Brașov la adresa office@infoeducatia.ro

d) pentru proiectele depuse de beneficiarii din cadrul firmelor de exercițiu coordonate de Camera de Comerț și Industrie Alba, depunerea dosarelor proiectelor se va face la adresa cciaalba@cciaalba.ro

Evaluarea se va face de către comisia de evaluare constituită de Fudației Corona Iași. Dosarele eligibile vor fi transmise de către Camera de Comerț și Industrie Alba la adresa office@fundatiacorona.ro

5.6. Procedura de evaluare a dosarelor va include evaluarea din punct de vedere al actualității, originalității și argumentării ideii de afaceri dezvoltate în planul de afaceri.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
INVESTEȘTE ÎN OAMENII

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”,

DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,

Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"

ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov / Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

5.7. Comisiile de evaluare vor transmite ierarhia planurilor de afaceri evaluate către partenerul responsabil cu coordonarea activității acelor firme / beneficiari cel târziu pe 3.12.2015.

5.8. În conformitate cu rezultatele obținute se va adopta decizia finală privind stabilirea câștigătorilor în **Concursul „Cel mai bun plan de afaceri”**.

5.9. În cazul în care se înregistrează contestații în urma evaluării finale, acestea vor fi depuse până la data de 4.12. 2015 și soluționate de comisii constituite la nivelul evaluatorilor, nu mai târziu de data de 7.12.2015 – data afisării rezultatelor finale.

VI. DISPOZIȚII FINALE

6.1. Premiile și diplomele de mențiune vor fi înmânate la evenimentul festiv, care va fi organizat la data de **9.12.2015** la partenerul responsabil de coordonarea firmelor de exercițiu de unde provin beneficiarii premiați.

6.2. Rezultatele Concursului „**Cel mai bun plan de afaceri**” vor fi plasate pe paginile web ale partenerilor.

Intocmit,

Adriana Handaric – Expert Firme de Exercițiu

Florin Lupsa – Tataru – Expert Grup Tinta

Avizat,

Luisa Palos

Coordonator activitati P1



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



OPPODRU

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013:
INVESTEȘTE ÎN OAMENII

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu plața muncii”,

DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,

Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"

ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov /Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

Anexa nr. 1

CERERE

pentru participarea la Concursul „Cel mai bun plan de afaceri”

Solicit participarea la concursul „**Cel mai bun plan de afaceri**” cu următorul proiect

1. Date personale despre participant (se inserează atâtea seturi de date câți beneficiari depun un plan de afaceri):

Nume _____

Prenume _____

Locul de activitate, funcția _____

Studii _____

Telefoane de contact _____

Domiciliul _____

Semnătura _____

2. Informație privind instituția de învățământ unde beneficiarii sunt elevi:

Denumirea instituției _____

Nume, prenume coordonator firmă / coordonator firme de exercițiu _____

Adresa _____

Telefon de contact _____

Semnătura _____



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



OPSDRU

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013:
INVESTEȘTE ÎN OAMENII

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”,

DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,

Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"

ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov / Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

Anexa nr. 2

STRUCTURA-MODEL A PLANULUI DE AFACERI

Firmă de exercițiu:

Nume:

Adresa:

Nr. de Telefon:

Fax:

E-Mail:

I. Cuprinsul planului de afaceri

I. Cuprinsul planului de afaceri.....	6
II. O descriere generala a afacerii	6
III. Produse și servicii	7
IV. Plan de Marketing.....	7
V. Plan operational.....	13
VI. Management și Organizare	15
VII. Costuri pentru începutul afacerii și capitalizare.....	16
VIII. Plan financiar	16
IX. Anexe	18

II. O descriere generala a afacerii

Ce afacere este firma de exercițiu? Care este rolul fiecărui membru al echipei?

Majoritatea companiilor au o scurta descriere a activității lor, a misiunii lor. De cele mai multe ori în 30 de cuvinte ele pot explica de ce există pe piață și care sunt principiile de ghidare pe care le folosesc. (viziune, misiune)

Descrierea de mai sus trebuie urmată de prezentarea obiectivelor și pragurilor afacerii.

Obiectivul este destinația unde vrei să ajungi, unde vrei să ajungă afacerea. Pragurile sunt de parcurs până la atingerea obiectivului. Obiectivele trebuie să fie SMART, pragurile putând fi obiective de etape importante.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013CNDIPT
CIPOSORU

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013:
INVESTEȘTE ÎN OAMENII

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”,

DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,

Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"

ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov / Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

Ce este important pentru membrul echipei la aceasta afacere?

Cui îi sunt adresate produsele voastre? (Dați un răspuns scurt, rezumat al planului de marketing).

Descrieți segmentul de piață pe care vă veți desfășura activitatea. Acesta are un ritm de creștere? Ce schimbări prevedeați ca se vor întâmpla pe piață, pe o perioadă scurtă de timp, dar pe o perioadă lungă de timp? Ce veți face pentru a profita de ele? (extras din planul de marketing)

Analizați competiția și descrieți punctele lor tari și competențele lor de bază. Care sunt factorii care le fac pe aceste firme să reușească? Care credeți că sunt principalele voastre atu-uri în raport cu competiția? Aveți experiență în acest domeniu, anumite abilități de adaptabilitate ridicate?

III. Produse și servicii

Descrieți în detaliu produsul sau serviciul pe care vreți să-l vindeți (detalii tehnice, desene, fotografii, broșuri de vânzări etc.).

Care sunt factorii care vă vor oferi avantaje sau dezavantaje față de competiție? Exemplele trebuie să conțină niveluri de calitate, evidențierea unicității sau mărcii firmei.

Care este prețul produsului sau serviciului? Este gratis, sub forma de leasing sau are un anumit nivel deja stabilit?

IV. Plan de Marketing

Analiza pieței – De ce?

Nu contează cât de bun este produsul sau serviciul oferit, o afacere nu poate reuși fără o strategie de marketing bine pusă la punct. Aceasta etapă începe cu o analiză sistematică a pieței. Este foarte periculos să vă asumați faptul că deja știți ce se întâmplă pe piață și care sunt tendințele ei, fără un studiu în prealabil. Trebuie să faceți acest studiu ca să fiți siguri că vă aflați pe drumul cel bun și să puteți demonstra unui investitor / finanțator că afacerea este viabilă. Utilizați procesul de planificare al afacerii drept oportunitate pentru a strânge date și răspunsuri la întrebări. Timpul vostru va fi bine folosit.

Analiza pieței – Cum?

Sunt două tipuri de analiza a pieței: primară și secundară.

Analiza primară înseamnă să vă construiți propriile date. De exemplu, se poate contoriza traficul unei anumite locații, se pot nota competitorii, se pot lua interviuri și se pot face studii de piață pentru a afla nevoile consumatorilor.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013CNDIPT
CIPOSDRU

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013:
INVESTEȘTE ÎN OAMENII

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”,

DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,

Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"

ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov / Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

Analiza secundară înseamnă să se folosească informații publice. Acestea pot fi: ziare, reviste, analize ale industriei, rapoarte demografice, rapoarte privind anumite tendințe, grafice și alte analize ale unor instituții specializate, cărți etc. Acest tip de informații pot fi găsite în biblioteci, online, la ROCT, etc..

Folosind internetul se pot găsi mai multe informații decât pot fi folosite vreodată. ROCT poate oferi informații bune despre zona de activitate. Locul unde se fac tranzacții economice, bursele, au baze de date care oferă informații excelente despre tendințele pieței.

O analiză a pieței făcută de experți poate fi foarte costisitoare și nu este recomandată pentru afacerile mici și medii. Atunci când scrieți planul vostru de afaceri, fiți cât mai expliciti posibil; oferiți statistici, numere și surse. Planul de afaceri va fi, la un anumit moment, baza tuturor proiecțiilor privind vânzările.

Economie

Data despre domeniul de activitate în care activează firma de exercițiu:

* Care este mărimea totală a pieței de desfacere?

* Ce procentaj vor avea produsele voastre din aceasta piață? (procentul este important numai dacă apreciați că veți fi un factor major pe piață.)

* Cereri actuale pe piața țintă.

* Tendințe în piața țintă – tendințe de creștere, tendințe în preferințele de consum și tendințe în dezvoltarea produselor.

* Potențialul de creștere pentru o afacere de mărimea voastră.

* Care sunt obstacolele cu care va confrunțați ca să intrați pe piață ca o firmă nouă? Câteva obstacole pentru firmele reale pot fi:

1. Costuri ridicate de înființare
 2. Costuri ridicate de producție
 3. Costuri ridicate de marketing
 4. Tehnologii și utilaje
 5. Costuri de formare și perfecționare a angajaților
 6. Costuri de transport
 7. Sindicatele
 8. Costuri pentru promovarea mărcii și acceptarea ei
- Cum veți depăși aceste bariere?
- Cum va fi influențată afacerea de următoarele schimbări ce pot apărea?
9. Schimbări tehnologice
 10. Schimbări legislative
 11. Schimbări economice
 12. Schimbări în industrie

Produse



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013CNDIPT
OPPOSDRU

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013:
INVESTEȘTE ÎN OAMENII

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu plața muncii”,

DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,

Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"

ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov / Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

În secțiunea *Produse și servicii* sunt descrise produsele și serviciile pe care doriți să le oferiți din punctul vostru de vedere. În cele ce urmează veți învăța să le descrieți din punctul de vedere al consumatorilor.

Caracteristici și Beneficii

Faceți o listă cu cele mai importante produse sau servicii.

Pentru fiecare produs sau serviciu:

* Descrieți cea mai importantă caracteristică. Ce îl face special?

* Descrieți beneficiul. Ce va reprezenta acel produs pentru client?

Notați toate diferențele între caracteristici și beneficii și gândiți-vă la ele. De exemplu, o casă care oferă adăpost, are un anumit design și durează o perioadă mare de timp este făcută din anumite materiale; acestea sunt caracteristicile. Beneficiile includ mândria proprietarului de a o avea, un sentiment de securitatea financiară și siguranța furnizate familiei etc. Veți construi caracteristici pentru produse pentru a putea vinde beneficii.

Ce servicii veți oferi după ce ați vândut produsul? Câteva exemple sunt: transportul, garanție, asigurarea de service, suport tehnic, politica de returnare etc.

Consumatorii

Identificați consumatorii țintă, caracteristicile lor și poziționarea lor geografică.

Descrierea va depinde de ce vreți să vindeți, de exemplu va exista o diferență dacă veți vrea să vindeți către o firmă sau direct consumatorilor (persoanelor fizice sau juridice). Dacă veți vinde consumatorilor un produs și o veți face printr-un punct de distribuție, gen angro sau puncte de vânzare cu amănuntul, va trebui să analizați atât consumatorul cât și intermediarii cărora le veți vinde produsele.

Puteți avea mai mult de un singur grup de consumatori. Identificați cel mai important grup.

Apoi pentru fiecare grup de consumatori, construiți cea ce se numește profilul demografic:

Pentru persoanele fizice, profilul demografic include:

- * Vârstă
- * Sex
- * Locație
- * Nivelul lor de venit
- * Clasa socială și ocupația
- * Nivelul de educație
- * Altele (specifice domeniului vostru de activitate)

Pentru consumatorii tip firmă (persoane juridice), factorii demografici pot fi:



UNIUNEA EUROPEANA



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013:
INVESTEȘTE ÎN OAMENII

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”,

DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,

Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"

ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov / Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

- * Domeniul de activitate (sau o parte a ei)
- * Locația
- * Mărimea firmei
- * Cerințele de calitate
- * Nivelul tehnologic al produsului sau serviciului dorit
- * Nivelul prețului
- * Altele (specifice ramurii domeniului de activitate)

Competiția

Care sunt produsele și companiile care vor fi concurențele voastre?

Faceți o listă cu cei mai mari competitori:

(Nume și adresă)

Aceste companii vor face concurență pe tot ansamblu vânzării sau doar în anumite locații, pe anumite produse, sau doar anumitor tipuri de clienți?

Știți care sunt competitorii indirecti? (De exemplu magazinele de închiriat și vândut filme sunt în competiție cu teatrele, cu toate că sunt afaceri diferite.)

Cum se va compara produsul sau serviciul oferit de voi, cu cel al concurenței?

Folosiți tabelul de mai jos pentru a vă compara afacerea cu a celor mai importanți doi competitori. În prima coloană sunt trecuții factorii de competitivitate. Din moment ce aceștia variază de la un domeniu de activitate la altul, poate fi realizată propria listă de factori.

În a doua coloană, Noi, notați cum credeți că veți pătrunde în "mințile consumatorilor". Apoi verificați dacă acești factori reprezintă un atu sau o slăbiciune pentru voi. Încercați să fiți destul de onești când completați acest tabel. Dacă estimați că anumiți factori sunt un dezavantaj pentru voi treceți-i în listă. Acest lucru vă va arăta ce aveți de îndreptat. Țineți minte că nu puteți fi perfecți pentru toți oamenii. În realitate, a încerca să fiți perfecți duce ca multe afaceri să dea faliment deoarece încercarea de a fi perfect consumă foarte multe resurse și timp.

Acum analizați fiecare competitor în parte. Treceți în câteva rânduri care sunt atu-urile și slăbiciunile majore pentru fiecare factor în parte.

În ultima coloană, estimați importanța fiecărui factor pentru clienți. 1 = crucial; 5 = nu așa important.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013:
INVESTEȘTE ÎN OAMENII

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”,

DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,

Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"

ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov /Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

Tabelul 1: Analiza competitivității

Factor	Noi	Atu-uri	Slăbiciuni	Competitor A	Competitor B	Importanța pentru consumator
Produce						
Pret						
Calitate						
Selectie						
Servicii						
Fiabilitate						
Stabilitate						
Expertiza						
Reputația Firmei						
Locație						
Aspect						
Metode de vanzare						
Politici de credit						
Publicitate						
Imagine						



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



CNDIPT
OPSDRU

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013:
INVESTEȘTE ÎN OAMENII

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”,

DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,

Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"

ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov / Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

Acum, scrieți un scurt paragraf care să cuprindă avantajele și dezavantajele competitorilor.

Nișe

Acum după ce ați analizat sistematic domeniul vostru de activitate, produsele voastre, consumatorii țintă și competiția, vă puteți face o imagine cu afacerea voastră și locul ei în "lume".

Într-un scurt paragraf, definiți nișele, părțile unice din piață. De exemplu site-ul www.pafaceri.ro se adresează tuturor celor interesați de afaceri. El oferă planuri de afaceri, idei de afaceri, informații despre francize etc. Pentru acest site categoria ideii de afaceri reprezintă o nișă.

Strategie

Conturați o strategie consistentă despre cum să atacați mai bine aceste nișe. Dacă sunteți primul pe toate nișele componente ale afacerii tale veți fi primul și în afacere.

Promovare

Cum vor auzi consumatorii de produsele voastre?

Ați identificat cele mai atractive mijloace cu raport bun preț / calitate pentru promovarea produselor voastre?

Ce imagine proprie vreți să promovați? Cum vreți să vă vadă consumatorii?

Aveți și alte metode de promovare în afară de publicitatea plătită? (cataloge, vă bazați pe promovarea din gură în gură, folosiți anumite rețele sociale, participați la expoziții etc.)

În plus, ce planuri aveți pentru imaginea de tip grafic? Aceasta include logo, cărți de vizită, broșuri, pliante etc.

V-ați creat un sistem care să identifice clienții fideli că poată fi contactați?

Bugetul pentru promovare

Cât veți cheltui pentru a realiza tot ce este mai sus?

Preț

Explicați metodele folosite pentru a stabili prețul. Pentru cele mai multe afaceri mici, a avea cel mai mic preț nu este o politică tocmai bună. Consumatorii nu țin de preț așa de mult pe cât credeți. Metoda cea mai bună este ca prețul vostru să fie la același nivel cu media de preț al concurenței, iar produsele sau serviciile să fie de o calitate mai bună.

Compară prețul vostru cu al concurenței. Este acesta mai mare, mai mic, la fel? De ce?

Cat de important este prețul pentru clienți? Decizia finală pe care o iau consumatorii se raportează la preț?

Ce alte servicii primesc clienții în prețul respectiv? Pot cumpăra acel produs în rate?



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013CNDIPT
OPSDRU

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013:
INVESTEȘTE ÎN OAMENII

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”,

DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,

Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"

ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov /Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

Locația

În descrierea locației trebuie să ții cont de răspunsurile la următoarele întrebări:

Locația este importantă pentru consumatori? Dacă da, cum?

Consumatorii vizitează această locație?

Unde sunt localizați competitorii? Este mai bine să fii lângă ei (cum sunt dealerii de mașini sau restaurantele tip fast food) sau la o anumită distanță.

Canale de distribuție

Cum se vând produsele sau serviciile voastre?

- * Vânzări cu amănuntul
- * În mod direct (comanda prin mail, Web, dintr-un anumit catalog)
- * Anglo
- * Agenți de vânzări
- * Licitații
- * Propriile magazine (reale sau online)

V. Plan operațional

Explicați foarte clar operațiunile de zi cu zi ale afacerii, locația, echipamentul, oamenii, diferitele procese de producție și mediul înconjurător.

Producția

Cum și unde sunt realizate produsele sau serviciile?

Explicați ce înseamnă pentru afacerea voastră următoarele:

- * Echipamente de producție și costuri
- * Controlul calității
- * Serviciul clienți
- * Controlul inventarului
- * Dezvoltarea de produse

Locația

Ce trebuie să conțină locația unde se poate realiza producția / desfacerea produselor / serviciilor? Descrieți:

Cerințe fizice:

- * Spațiul necesar (precizați de cât spațiu este nevoie)
- * Tipul clădirii
- * Zona
- * Electricitate și alte utilități



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013CNDIPT
OPSDRU

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013:
INVESTEȘTE ÎN OAMENII

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”,
DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,
Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"
ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov /Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

Acces:

Este important pentru afacere ca locația să dispună de o cale de acces pentru aprovizionare sau transport?

Este nevoie de căi de acces foarte rapide?

Care este necesarul spațiului de parcare?

Costuri: Estimați costurile cu locația, incluzând chiria, întreținerea, utilități, asigurare, costurile inițiale de remodelare pentru a face spațiul să îndeplinească condițiile de care aveți nevoie.

Aceste cifre vor constitui o parte a planului financiar.

Care vor fi orele de lucru în această afacere?

Mediul juridic

Descrieți următoarele:

- * Licențe pentru desfășurarea activității
- * Permise
- * Reguli și regulamente privind sănătatea, spațiul de lucru sau mediul înconjurător
- * Regulamente speciale pentru desfășurarea activității
- * Specificații despre desfășurarea activității într-o anumită zonă
- * Asigurări

Personal

- * Numărul de angajați
- * Clasificarea lor (calificați, necalificați, profesioniști)
- * Unde și cum vei găsi personalul potrivit pentru tine?
- * Calitatea personalului existent
- * Structura de salarii
- * Metode de instruire și aprofundare
- * Împărțirea pe sarcini, cine face ce?
- * Există un program stabilit pentru fiecare cu ce are de făcut?
- * Pentru anumite munci este nevoie de anumite contracte adiționale?

Aprovizionare

Identificați factorii cheie ai aprovizionării:

- * Nume și adrese a firmelor care te aprovizionează
- * Tipul și cantitatea furnizată
- * Aprovizionarea se face pe credit?
- * Care este mijlocul de livrare?
- * Notați furnizorii buni și fiabilitatea produselor luate de la fiecare



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



ENDIPT
OIPOSDRU

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013:
INVESTEȘTE ÎN OAMENII

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”,

DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,

Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"

ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov /Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

Este nevoie să existe mai mult de un furnizor pentru un anumit produs critic necesar desfășurării afacerii tale?

Se estimează întârzieri privind anumite livrări? Cum ar afecta acestea activitatea?

Costurile de aprovizionare variază? Dacă da, cum se poate face față acestora?

Politici de credit

- * Se planifică vânzarea pe credit?
- * Este chiar nevoie să se vândă pe credit?
- * Dacă da, ce politici există în privința celor care iau credit și care este suma maximă pe care o pot lua?
- * Cum se verifică dacă aceștia fac plata la timp?
- * Ce termene se oferă clienților cu privire la mărimea creditelor și datei scadente de plată a acestuia?
- * Se oferă anumite discount-uri dacă plătesc cash? (Sfat: Oferiți acest lucru doar dacă competiția dumneavoastră oferă așa ceva, sau dacă s-a creat un trend cu privire la acest lucru.)
- * Cunoști costurile necesare menținerii și extinderii unui credit? Cum vor afecta aceste costuri prețul produsului sau serviciilor oferite?

Administrarea sumelor ce trebuie încasate

Atunci când se lucrează cu credite trebuie să existe o evidență a banilor pe care trebuie să-i primești și de asemenea să ai stabilite o serie de măsuri pentru cei care nu achită la timp.

Vei avea nevoie de o anumită strategie bine pusă la punct pentru clienții rău platnici:

- * Când îi vei contacta telefonic?
- * Când le vei trimite o înștiințare scrisă că sunt restanți cu o anumită sumă?
- * Care este momentul când îi vei acționa în judecată pentru recuperarea prejudiciului?

Administrarea sumelor ce trebuie plătite

Este nevoie de o evidență a sumelor care trebuie plătite către cei care se ocupă de aprovizionarea afacerii tale. Acest lucru te ajută să-ți poți planifica cui trebuie să faci plata și când. Plata făcută prea devreme poate crea intrarea în anumite incapacități de plată, plata prea târzie te poate costa anumite discount-uri și îți poate afecta relația cu furnizorii.

VI. Management și Organizare

Cine administrează afacerea zi de zi? Ce experiență are această persoană și ce aduce nou afacerii? Ce calități speciale și competitive are? Există un plan de a continua afacerea dacă această persoană este pierdută?



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013ENDIPT
OPSDRU

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013:
INVESTEȘTE ÎN OAMENII

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu plața muncii”,

DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,

Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"

ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov /Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

Dacă există mai mult de 10 angajați, trebuie creat un tabel organizațional în care să fie trecută o ierarhie a lor și în dreptul fiecăruia pentru ce este fiecare responsabil.

Dacă se întocmește acest plan pentru obținerea unui împrumut sau pentru anumiți investitori este recomandat ca angajații cheie să fie trecuți în plan.

Sprîjin consultativ

Listați următoarele documente, unde este cazul:

- * Consiliul director
- * Manageri
- * Avocat
- * Contabil
- * Agent de asigurări
- * Bancher
- * Mentori și sfătuitori cheie
- * Consultanți

VII. Costuri pentru începutul afacerii și capitalizare

Veți avea foarte multe costuri de început, chiar înainte de a deschide afacerea. Este foarte important să estimați aceste costuri foarte exact, ca apoi să faceți un plan de unde vor fi luați acești bani. Acest lucru este un proces de cercetare, și cu cât eforturile de cercetare sunt mai mari și mai exacte, cu atât șansele sunt mai mici să omiteți anumiți factori esențiali pentru începerea și dezvoltarea afacerii.

Chiar și cu cele mai bune metode de cercetare, deschiderea unei afaceri va costa mai mult decât se anticipase. Sunt două metode de a face ajustări privind extra-costurile. Primul este de a mări cu 20% costul fiecărui lucru în buget. Problema cu acesta metodă este că distruge acuratețea planului. A doua metodă este de a introduce o linie separată în plan numita **cheltuieli neprevăzute**. Aceasta este metoda pe care o recomandăm.

Încercați să vorbiți cu alte persoane care au început afaceri asemănătoare pentru a avea o idee despre mărimea cheltuielilor neprevăzute. Dacă nu puteți obține informații exacte, vă recomandăm să treceți cheltuielile neprevăzute cu cel puțin 20% din totalul celorlalte cheltuieli pentru începutul afacerii.

Metoda poate fi utilă și pentru estimarea costurilor pentru o activitate nouă (prezența la un târg, deschiderea unui magazin)

VIII. Plan financiar



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013CNDIPT
OPSDRU

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013:
INVESTEȘTE ÎN OAMENII

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu plața muncii”,

DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,

Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"

ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov /Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

Un plan financiar constă într-un plan pe 12 luni a previziunilor privind profitul și pierderile, un plan pe patru ani a previziunilor privind profitul și pierderile, un plan al fluxurilor de numerar și un calcul al punctului de rentabilitate.

Un plan pe 12 luni al previziunilor privind profitul și pierderile

Cei mai mulți din proprietarii de afaceri cred că un plan pe 12 luni al previziunilor privind profitul și pierderile reprezintă "centrala" afacerii. Aici puneți totul împreună în cifre și puteți în sfârșit să obțineți o idee privind ce anume este necesar pentru a obține profit și a avea o afacere de succes.

Este compus dintr-un plan al vânzărilor unde sunt trecute toate vânzările lună de lună și un plan al costurilor. Dacă diferența dintre suma totală obținută din vânzarea produselor sau serviciilor și totalul costurilor pentru producerea acelor bunuri este pozitivă atunci afacerea noastră a obținut profit, dacă suma este pe minus înseamnă că suntem în pierdere.

Observație: Întotdeauna păstrați notițe cu cercetările pe care le faceți. Astfel puteți accesa mult mai ușor sursele cercetărilor și vă puteți întoarce oricând la ideile de bază și aduce modificări.

Un plan pe patru ani al previziunilor privind profitul și pierderile

Un plan pe 12 luni al previziunilor privind profitul este inima planului financiar. Această secțiune este pentru cei care vor să meargă mai departe cu calculele și predicțiile.

Și în acest caz este necesar să păstrați notițe cu cercetările pe care le faceți.

Fluxurile de numerar

Dacă previziunile privind profitul reprezintă inima unui plan de afaceri, fluxurile de numerar reprezintă sângele acestuia. Afacerile eșuează deoarece se ajunge la punctul când nu se mai pot plăti facturile. Orice parte a planului dumneavoastră de afacere este importantă, dar niciuna nu se compară nici măcar un moment cu cea de a rămâne fără bani.

Obiectivul a tot ce s-a discutat până în acest moment este de a învăța să planificați cât de mulți bani vă trebuie pentru costurile înainte de a începe o afacere, costurile preliminare, costurile de operare și rezerve.

Nu exista un truc anume în a face un anumit plan special privind fluxurile de numerar.

Fluxurile de numerar reprezintă doar o privire fugară la contul dumneavoastră.

Pentru fiecare detaliu, trebuie să știți exact când trebuie să primiți anumiți bani (pentru vânzări) sau când trebuie să plătiți (costuri).

Este necesar să urmăriți factorii esențiali pentru afacerea dumneavoastră și care au un impact mare în cadrul fluxurilor de numerar, cum ar fi banii obținuți din vânzări și cei pe care trebuie să-i plătiți pentru achiziții.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013CNDIPT
CIPOSDRU

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013:
INVESTEȘTE ÎN OAMENII

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu plața muncii”,

DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,

Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"

ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov /Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

De exemplu, dacă realizați o vânzare în luna unu, când veți primi banii pentru această vânzare? Când veți achiziționa cele necesare pentru producție, veți plăti în avans, la livrare sau mai târziu? Cum vor afecta acestea fluxul de numerar?

De asemenea trebuie să luați în considerare costurile periodice cum ar fi anumite taxe trimestriale, costurile neprevăzute de întreținere și reparații, toate acestea trebuind să fie trecute în buget.

De asemenea deprecierea nu apare în fluxul de numerar, deoarece nimeni nu o să vă scrie un cec pentru ea. Însă, după o perioadă de utilizare, orice utilaj sau mașină trebuie înlocuită, pentru acest scop trebuind să fie prevăzuți bani.

Punctul de rentabilitate

O analiză a punctului de rentabilitate prezice cantitatea de produse sau servicii care trebuie vândută, la un anumit preț, pentru a recupera totalul costurilor de investiție. Practic acest punct este zona unde se creează o linie ce desparte zona de minus de zona în care se va trece pe profit operațional.

IX. Anexe

Aceasta parte include detaliile și studiile folosite în alcătuirea planului; de exemplu:

- * Broșuri și materiale publicitare
- * Studii industriale
- * Planuri și schițe
- * Hărți și fotografii ale locației
- * Magazine sau alte articole
- * O listă detaliată a echipamentului deținut sau care urmează a fi cumpărat
- * Copie după contracte de leasing
- * Scrisori de suport din partea viitorilor consumatori
- * Orice alte materiale necesare pentru a susține acest plan de afaceri
- * Studii de marketing
- * O listă cu toate activele deținute



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
INVESTEȘTE ÎN OAMENII

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”,

DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,

Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"

ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov /Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

Anexa nr.3

CRITERII DE ELIGIBILITATE A DOSARELOR

Numărul de referință a dosarului _____

Titlul planului de afaceri _____

Nr.	Criterii de eligibilitate	Da	Nu
1	Arhiva cu documente a fost trimisa la data.... Ora....., înainte de 24.11.2015, ora 24.00		
2	Arhiva poate fi deschisa		
3	Arhiva conține anexa 1, cu toate câmpurile completate		
4	Arhiva conține anexa 1, cu toate semnăturile persoanelor nominalizate		
5	Arhiva conține anexa 2, conform modelului prezentat (toate capitolele din anexa 2 există în planul de afaceri completat)		

Observații - se vor nominaliza toate fisierele suplimentare incluse în arhiva transmisă

Comisia de eligibilitate:

Președintele comisiei _____

Membrii comisiei: _____



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



CNDIPT
OIPOSDRU

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013:
INVESTEȘTE ÎN OAMENI!

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”,

DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,

Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"

ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov / Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

Data _____



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013CNDIPT
DISPOTITIV

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
INVESTEȘTE ÎN OAMENII

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”,

DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,

Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"

ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov / Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

Anexa nr.4

CRITERII DE EVALUARE A DOSARELOR

Numărul de referință a dosarului _____

Titlul planului de afaceri _____

Nr.	Criterii de evaluare	Punctaj
1	O descriere generala a afacerii – total punctaj maxim: 20 puncte	
1.1	<i>Ce afacere este firma de exercițiu? – 1 punct pentru descriere coerenta</i>	
1.2.	<i>Care este rolul fiecărui membru al echipei? - 2 puncte pentru roluri clar definite, fara dublari de atribuții.</i>	
1.3.	Viziunea, misiunea firmei. 5 puncte, astfel:	
1.3.1	Încadrare în 30 de cuvinte – 2 puncte	
1.3.2	Coerență – 1 punct	
1.3.3	Demonstrare a unicității afacerii – 2 puncte	
1.4.	Prezentarea obiectivelor și pragurilor afacerii – 4 puncte, astfel:	
1.4.1	Enumerare obiective - 1 punct	
1.4.2	Obiectivele sunt SMART – 2 puncte	
1.4.3	Enumerare praguri - 1 punct	
1.4.4	Descriere praguri de dezvoltare a afacerii, tot SMART – 1 punct	
1.5.	Cui îi sunt adresate produsele voastre? Punctaj 4 puncte, astfel:	
1.5.1	Descriere succinta a celor mai importante produse: 1 punct	
1.5.2	Identificare segment de piață – 1 punct	
1.5.3	Identificare tendințe piață (creștere, stagnare, restrângere) – 1 punct	
1.5.4	Identificare a mijloacelor de a profita de tendințele pieței – 2 puncte	
1.6.	Concurența – punctaj maxim 4 puncte, astfel:	
1.6.1	Enumerare a principalilor competitori – concurență directă – 1 punct	
1.6.2	Enumerare concurență indirectă – 1 punct	
1.6.3	Identificare avantaje firmă în fața competiției directe - 1 punct	
1.6.4	Identificare avantaje firmă în fața competiției indirecte - 1 punct	
2.	Descrierea în detaliu a produselor sau serviciilor – punctaj maxim 10 puncte, astfel:	
2.1.	<i>Detalii tehnice, desene, fotografi, broșuri de vânzare – 2 puncte</i>	
2.2.	<i>Avantaje ale produselor / serviciilor în fața concurenței - 2 puncte</i>	



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
INVESTEȘTE ÎN OAMENII

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”,

DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,

Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"

ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov / Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

2.3.	Dezavantaje ale produselor - cum vor fi minimizate – 2 puncte	
2.4.	Identificarea unicității sau mărcii firmei - 2 puncte	
2.5.	Identificarea marjei de preț – 1 punct	
2.6.	Oferirea de opțiuni legate de cumpărare (plata în rate, leasing, etc) – 1 punct	
3.	Descrierea în detaliu a planului de marketing, 75 de puncte, astfel:	
3.1.	Piața – punctaj 10 puncte, astfel:	
3.1.1	Analiza primară a pieței – constatări proprii de la târguri, din traficul unor site-uri sau din alte surse, nominalizate –4 puncte	
3.1.2	Analiză secundară a pieței – 6 puncte, astfel:	
3.1.3	Identificarea mărimii totale a pieței de desfacere – 1 punct.	
3.1.4	Calcularea unui procent estimativ din piața țintă care e acoperit de produsele / serviciile firmei de exercițiu – 1 punct	
3.1.5	Cereri actuale pe piața țintă – 1 punct	
3.1.6	Tendențe în piața țintă – tendințe de creștere, tendințe în preferințele de consum și tendințe în dezvoltarea produselor – identificarea a minim o tendință a pieței – 1 punct	
3.1.7	Potențialul de creștere pentru firma de exercițiu – 1 punct dacă se dau cifre.	
3.1.8	Care sunt obstacolele cu care se confruntă firma pentru intrarea pe piață – 1 punct	
3.2.	Produse / serviciul – punctaj 10 puncte, astfel:	
3.2.1	Listă a produselor și serviciilor – 2 puncte	
3.2.2	Descriere caracteristici pentru fiecare produs sau serviciu. – 2 puncte	
3.2.3	Identificare a celei mai importante caracteristici a fiecărui produs – 2 puncte	
3.2.4	Descriere a beneficiilor pentru fiecare produs sau serviciu – 4 puncte	
3.3.	Consumatorii – punctaj 5 puncte astfel:	
3.3.1	Identificare piață clienți firme și / sau persoane fizice – 2 puncte	
3.3.2	Identificare a tuturor caracteristicilor demografice din modelul de plan de afaceri pentru fiecare tip de clienți – 3 puncte	
3.4.	Competiția- punctaj 10 puncte, astfel:	
3.4.1	Identificare concurenți direcți – 1 punct	
3.4.2	Identificare concurenți indirecti – 1 punct	
3.4.3	Completare tabel competitivitate – 5 puncte	
3.4.4.	Identificarea nișei de piață a firmei – 1 punct	
3.4.5	Identificarea strategiei de intrare pe nișă – 2 puncte	
3.5.	Promovare- punctaj 20 puncte astfel:	



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013CNDIPT
OPSDRU

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
INVESTEȘTE ÎN OAMENII

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu plața muncii”,

DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,

Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"

ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov /Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

3.5.1	Definirea imaginii firmei – corelat cu strategia de intrare pe nișa de piață – 4 puncte	
3.5.2	Existența unei identități de firmă (siglă, slogan, etc) – 2 puncte	
3.5.3	Identificarea mijloacelor de promovare – 4 puncte	
3.5.4	Definirea costului acestora (buget) – 4 puncte	
3.5.5	Analiza a eficienței mijloacelor de promovare alese – 3 puncte	
3.5.6	Sistem de identificare a clienților fideli – 1 punct	
3.5.7	Sistem de fidelizare – 2 puncte	
3.6	Prețul – punctaj 10 puncte, astfel:	
3.6.1	Explicarea metodelor folosite pentru a stabili prețul – 2 puncte	
3.6.2	Comparația prețului cu al concurenței – 2 puncte	
3.6.3	Motivația diferențelor de preț – 2 puncte	
3.6.4	Identificarea importanței prețului pentru clienți – 2 puncte	
3.6.5	Identificarea avantajelor suplimentare față de concurență, incluse în preț sau a unor opțiuni legate de plată – 2 puncte	
3.7.	Locația – 5 puncte, astfel:	
3.7.1.	Descriere locație existentă (poziționare, amplasament față de clienți) – 3 puncte	
3.7.2	Descriere dependență sau independență a locației pentru clienți – 2 puncte	
3.8.	Canale de distribuție – 5 puncte, astfel:	
3.8.1.	Identificare canale de distribuție – 2 puncte	
3.8.2	Descriere avantaje, dezavantaje, direcții de extindere – 3 puncte	
4.	Plan operațional – 40 puncte, astfel:	
4.1.	Producția /Serviciul– 5 puncte, astfel:	
4.1.1	Identificarea locației – 1 punct	
4.1.2	Identificarea echipamentelor de producție/servicii și a costurilor acestora – 1 punct	
4.1.3.	Descrierea sistemului de control al calității – 1 punct	
4.1.4	Descrierea serviciului clienți – 1 punct	
4.1.5	Descrierea direcțiilor de dezvoltarea de produse / serviciil noi – 1 punct	
4.2.	Locația – 5 puncte, astfel:	
4.2.1	Spațiul necesar– 1 punct	
4.2.2	Tipul clădirii– 1 punct	



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013CNDIPT
GIPOBORU

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013:
INVESTEȘTE ÎN OAMENII

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”,

DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,

Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"

ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov / Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

4.2.3	Zona – 1 punct	
4.2.4	Electricitate și alte utilități – 1 punct	
4.2.5	Acces (căi de acces necesare) – 1 punct	
4.3.	Mediul juridic – 5 puncte, astfel:	
4.3.1	Licențe pentru desfășurarea activității, permise – 1 punct	
4.3.2	Reguli și regulamente privind sănătatea, spațiul de lucru sau mediul înconjurător – 1 punct	
4.3.4	Regulamente speciale pentru desfășurarea activității – 1 punct	
4.3.5	Specificații despre desfășurarea activității într-o anumită zonă – 1 punct	
4.3.6	Asigurări necesare – 1 punct	
4.4.	Personal – 5 puncte, astfel:	
4.4.1.	Numărul de angajați, calificarea lor (calificați, necalificați, profesioniști) – 1 punct	
4.4.2	Metode de selecție personal – evaluare – structura de salarii – 1 punct	
4.4.3	Metode de instruire și aprofundare a cunoștințelor – 1 punct	
4.4.4	Fișe de post, descriere activitate – 1 punct	
4.4.5	Colaboratori (dacă este cazul acum sau va fi nevoie mai târziu, sau extindere ulterioară personal) – 1 punct	
4.5.	Aprovizionare – 5 puncte, astfel:	
4.5.1	Descriere principali furnizori, ce se achiziționează de la fiecare, cantități lunare descriere mod de plată – 3 puncte	
4.5.2	Există criteriile de evaluare a furnizorilor – 1 punct	
4.5.3	Există surse alternative pentru principalii furnizori – 1 punct	
4.6.	Politică de credit - analiza pieței și argumentarea necesității / utilității sistemului de credit – 5 puncte	
4.7.	Administrarea sumelor ce trebuie încasate – credit sau vânzare cu termen de plată – descriere mecanism de urmărire a creanțelor – 5 puncte	
4.8.	Administrarea sumelor ce trebuie plătite furnizorilor – existența unui mecanism de corelare a încasărilor cu plățile – 5 puncte	
5.	Management și Organizare – 5 puncte, astfel:	
5.1.	Organigrama – 1 punct	
5.2.	Definire clară subordonări funcționale, fără dublări de atribuții – 1 punct	
5.3.	Fișe de post coerente pentru conducători de colective – 1 punct	



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
INVESTEȘTE ÎN OAMENII

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”,

DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,

Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"

ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov / Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

5.4.	Definire competențe pentru organele de conducere și cele consultative – 2 puncte	
6.	Plan financiar – 25 puncte, astfel:	
6.1.	Estimarea investiției inițiale, 5 puncte, astfel:	
6.1.1	Descriere costuri achiziție utilaje / mijloace de lucru – 2 puncte	
6.1.2	Estimare costuri salariale – 1 punct	
6.1.3	Estimare costuri materii prime / materiale consumabile, etc. – 1 punct	
6.1.4	Includere de costuri neprevăzute – 1 punct	
6.2.	Estimarea veniturilor și cheltuielilor pentru 12 luni – 5 puncte, astfel:	
6.2.1	Estimarea încasărilor lunare – 2 puncte	
6.2.2	Estimarea cheltuielilor lunare – 2 puncte	
6.2.3	Argumentare pentru evoluție – 1 punct	
6.3.	Estimarea veniturilor și cheltuielilor pentru următorii 4 ani – 5 puncte	
6.3.1	Estimarea încasărilor anuale – 2 puncte	
6.3.2	Estimarea cheltuielilor anuale – 2 puncte	
6.3.3	Argumentare pentru evoluție – 1 punct	
6.4.	Realizarea fluxurilor de numerar – 5 puncte dacă fluxul de numerar este pozitiv pe toată durata planului	
6.5.	Calcularea punctului de rentabilitate – 5 puncte	
7.	Existența unor anexe relevante din cele enumerate în modelul de plan de afaceri – 10 puncte	
8.	Coerența planului de afaceri – 10 puncte	
9.	Așezare în pagina, grafică, ortografie – 5 puncte	

Observații - se va argumenta acordarea sau nu a bonusurilor, depuneri (de exemplu dacă se acordă 1 punct din 2, etc)



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



OPSDRU

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
INVESTEȘTE ÎN OAMENI!

AP 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”,

DMI 2.1. „Tranziția de la școală la viața activă”,

Titlul cererii de finanțare: EDUCATIE "CU PROFIT"

ID Proiect: POSDRU/175/2.1/S/150105

Camera de Comerț și Industrie Brașov /Număr operator prelucrare date cu caracter personal 23601

Comisia de evaluare:

Președintele comisiei _____

Membrii comisiei: _____

Data _____