



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020

## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârstă de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168

# COMPETENȚE DIGITALE TIC



## CONCEPTE DE BAZĂ ALE TEHNOLOGIEI INFORMAȚIEI



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ  
IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

## COMPONENTA HARDWARE

### Unitatea centrală de prelucrare (CPU)

Din punct de vedere funcțional, arhitectura unui sistem de calcul este următoarea: Unitatea centrală, dispozitive periferice de intrare, de ieșire, de intrare-ieșire, memorii RAM, ROM.

- a. Unitatea de Memorie internă (UM)** este componenta sistemului de calcul destinată păstrării datelor și instrucțiunilor programelor în locații bine definite prin adrese. Este formată, în general, dintr-un sistem de circuite integrate alcătuite, în principal, dintr-un număr mare de celule de memorie, fiecare celulă fiind un circuit care poate stoca un bit de informație. (Bit de la binary digit - cea mai mică unitate de informație reprezentabilă într-un calculator; poate lua doar valorile 0 și 1).
- b. Unitatea Centrală de Prelucrare (UCP)**, este implementată cu ajutorul microprocesorului, elementul de bază al sistemului de calcul. (La microcalculatoare este numită procesor).
- c. Interfețe** - componenta ce asigură o conexiune între două elemente pentru a putea lucra împreună.

### Dispozitive de intrare.

Prin intermediul dispozitivelor de intrare, utilizatorul introduce informații în calculator. Printre cele mai cunoscute sunt:

- 1. Tastatura** - reprezintă unul dintre perifericele standard, este cel mai utilizat, fiind principalul dispozitiv cu ajutorul căruia se introduc datele în calculator și este inclusă în cadrul minim de dotare al unui calculator. Cu ajutorul acesteia se pot introduce în calculator diferite informații: date, programe, comenzi, texte.
- 2. Mouse-ul** - dispozitiv de intrare, parte integrantă a interfeței grafice, care controlează mișcarea cursorului (pointer) pe un ecran de afișare. Este de dimensiune redusă, poate fi deplasat pe o suprafață rigidă și plată, conține cel puțin un buton cu utilizări diferite, în funcție de programul care trebuie executat, în particular, mouse-ul este important pentru interfața grafică spre utilizator, deoarece opțiunile și obiectele se pot puncta și apoi se execută un clic cu butonul mouse-ului. Astfel de aplicații sunt deseori numite point-and-clic. Mouse-ul este de asemenea folosit pentru programele grafice care permit folosirea sa ca pe stilou, creion sau pensulă.
- 3. Scanner** - dispozitiv care poate citi textul sau ilustrațiile tipărite pe hârtie și transformă informațiile într-o formă pe care calculatorul o poate folosi. Un scanner funcționează prin digitizarea unei imagini, adică



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

prin împărțirea sa într-o grilă de puncte și reprezentarea fiecărui punct prin 0 sau 1, în raport de culoarea punctului, alb sau negru.

**4. Joystick** - manetă care se mișcă în toate direcțiile controlând deplasarea pointerului. Este similar unui mouse, cu deosebirea că la mouse mișcarea cursorului încetează odată cu deplasarea, pe când la joystick cursorul continuă să se deplaseze în direcția în care este îndreptat joystick, încetând cu revenirea la poziția inițială. Este folosit mai ales pentru jocurile pe calculator.

**5. Light pen** (creion luminos) - dispozitiv asemănător unui mouse, care folosește un detector sensibil la lumină pentru selectarea obiectelor de pe un ecran de afișare prin punctarea directă.

**6. Microfon** - folosit pentru a înregistra diverse sunete pe calculator, conectat la placa de sunet. Este utilizat în telefonie prin Internet și la introducerea verbală a comenzilor.

## Dispozitive de ieșire.

Extragerea datelor se face prin utilizarea unor dispozitive de ieșire, specializate, care pot prezenta rezultatele într-o formă inteligibilă, pe suport de hârtie sau acustic, agreată de beneficiar.

- 1. Monitor** (numit și VDU - Video Display Unit) - este dispozitivul standard de ieșire.
- 2. Display screen** (ecran de afișare) - reprezintă ecranul de afișare al unui monitor, propriu-zis; cele mai multe funcționează folosind un tub catodic.
- 3. Imprimantă** - dispozitiv care afișează pe hârtie texte sau ilustrații, în funcție de tehnologia de tipărire utilizată.
- 4. Plotter-ul** (trasatorul) - dispozitiv special pentru trasarea pe hârtie a unor planuri și desene tehnice, în funcție de comenzile unui calculator, folosind o peniță.
- 5. Boxe** (difuzoarele) - sunt folosite ca dispozitive de ieșire pentru sunet. Sunt legate la placa de sunet.

## Memorii.

**1. Memoria internă** este componenta sistemului de calcul destinată păstrării datelor și instrucțiunilor programelor în locații bine definite prin adrese. Este formată, în general, dintr-un sistem de circuite integrate alcătuite, în principal, dintr-un număr mare de celule de memorie, fiecare celulă fiind un circuit care poate stoca un bit de informație. (Bit de la binary digit - cea mai mică unitate de informație reprezentabilă într-un calculator; poate lua doar valorile 0 și 1).

Din punct de vedere al "volatilității", memoria este de două tipuri:

- ROM (Read Only Memory)** - nu își pierde conținutul la oprirea calculatorului, nu poate fi "scrisă" de către utilizator (este inscripționată de către producător cu ajutorul unei aparaturi



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

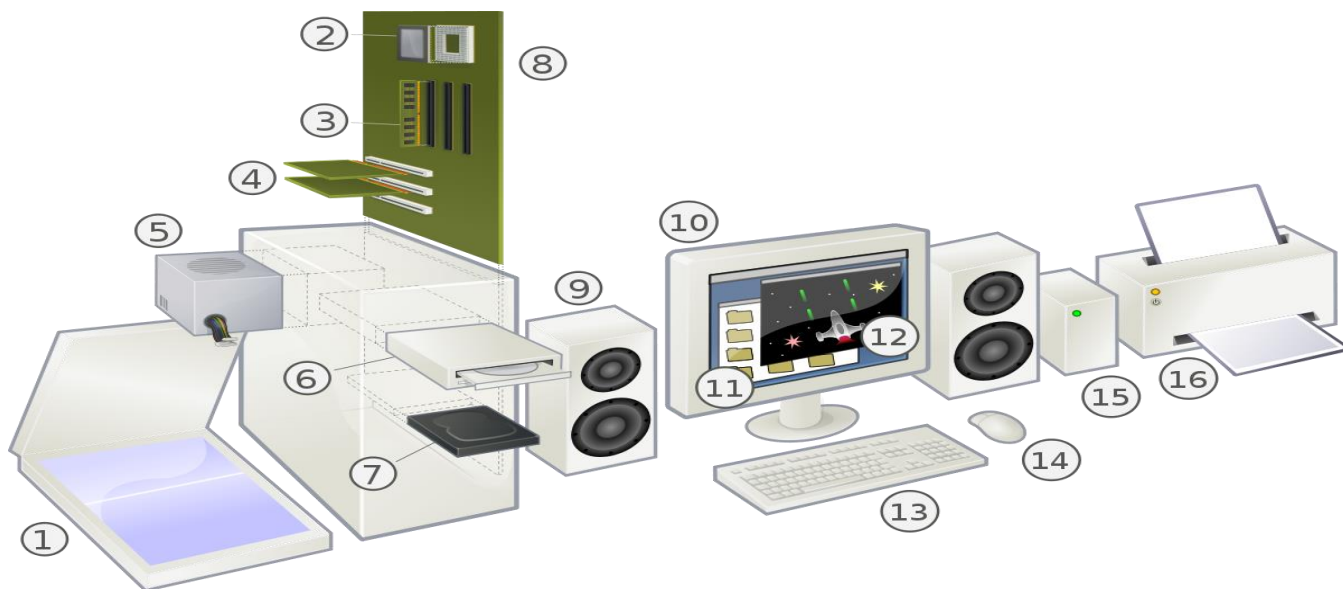
**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

speciale), este de capacitate redusă (până la 2MB) și este folosită pentru stocarea informațiilor despre hardware, mici programe ce configurează diverse dispozitive (conține programe esențiale care se încarcă la pornirea calculatorului);

✚ **RAM (Random Access Memory)** - este o memorie volatilă (se pierde la oprirea calculatorului), poate fi atât citită cât și modificată și este folosită pentru stocarea programelor și datelor, fiind considerată principala memorie de lucru a calculatorului;

**2. Memoria externă** sau suplimentară este aceea care folosește dispozitive speciale pentru stocarea datelor: harddisk, CD, floppy disk, disc ZIP.

**3. Memoria cache** este un mecanism de stocare de mare viteză. Poate fi o secțiune rezervată din memoria principală, sau un dispozitiv independent. Uneori este încorporat în arhitectura microprocesorului (de exemplu la calculatoarele Pentium).



## COMPONENTA SOFTWARE





## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

### Conceptul de sistem de operare.

Principalele funcții ale unui sistem de operare sunt:

- **Gestiunea prelucrărilor** - oferă posibilități de pregătire și lansare în execuție a programelor de aplicație.
- **Gestiunea resurselor** - identificarea programelor ce se execută, a necesarului de memorie, a dispozitivelor periferice și a cerințelor privind protecția datelor.
- **Gestiunea fișierelor** - realizează separarea fișierelor încărcate în memorie și grupează fișierele pe diferiți utilizatori.
- **Planificarea execuției lucrărilor** după anumite criterii (timp de execuție, priorități, etc.), astfel încât unitatea centrală să fie utilizată eficient.
- **Coordonarea execuției simultane a mai multor programe**, prin urmărirea modului de executare a instrucțiunilor, depistarea și tratarea erorilor, lansarea în execuție a operațiilor de intrare/ieșire.
- **Asistarea execuției programelor de către utilizator**, printr-o interfață prietenoasă, atât la nivel hardware, cât și la nivel software.

### Tipuri de software

Aplicațiile informatice sunt reprezentate de acele programe ce sunt realizate pentru utilizatori cu scopul de a folosi calculatorul într-o problemă specifică și pentru a îndeplini o anumită sarcină (procesare de text, facturare, aplicații grafice).

**Dintre aplicațiile software care pot fi folosite la birou sau acasă se pot enumera:**

- Program de procesare de text: **Word**;
- Program de calcul tabelar: **Excel**;
- Program de baze de date: **Access**;
- Program de prezentări: **PowerPoint**;
- Program de poșta electronică : **Outlook**;
- Program de navigare pe Internet: **Internet Explorer**;
- Program de contabilitate;
- Program de salarii.

### Factori ce influențează performanțele unui computer.

Structura unui calculator presupune existența componentelor hard și soft, deci performanțele în funcționarea sa sunt date de cele obținute de fiecare dintre acestea. Câțiva factori de ordin tehnic, care pot influența performanțele computerului:



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ



IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

- viteza procesorului;
- dimensiunea memoriei RAM;
- dimensiunea Hard-disk-ului;
- dimensiunea memoriei cache;
- viteza de transmitere a datelor pe magistrala de date

### Tipuri de rețele (LAN, MAN, WAN, Internet, Intranet, Extranet)

#### Clasificarea în funcție de aria de întindere a rețelelor

- ✓ **Local Area Network (LAN)** - rețea locală, în care calculatoarele sunt localizate foarte aproape unele de altele, în aceeași întreprindere sau clădire;
- ✓ **Metropolitan Area Network (MAN)** - rețea metropolitană, se întinde pe teritoriul unui oraș sau al unui spațiu aglomerat;
- ✓ **Wide Area Network (WAN)** - rețea de largă acoperire : comunicare între calculatoare aflate la o distanță foarte mare unele de altele (chiar în altă țară);
- ✓ **Global Area Network (GAN)** - rețea globală, este rețeaua care cuprinde toată lumea, legând între ele calculatoarele de pe întreg globul. Cea mai renumită rețea GAN este Internetul

**Intranetul** este o rețea de comunicare asemănătoare Internetului, ce utilizează aceleași instrumente, în special browser-ele www. Cuvântul Intranet este format din prefixul intra corespunzător termenului interior și a termenului net ce este folosit în general pentru termenul de rețea.

**Diferența dintre Intranet și Internet** este aceea că **rețeaua Intranet este o rețea privată și internă a unei companii**. Termenul Intranet este foarte nou și de aceea nu este foarte bine definit. Există diferite definiții care afirmă faptul că o rețea Intranet poate fi conectată la Internet, sau poate folosi Internetul, în timp ce alte definiții subliniază importanța unei separări totale de Internet, acesta fiind protejat de bariere (firewalls).

**Extranetul** este folosit de obicei în exterior cu scopul de a îmbunătăți comunicarea între diferite organizații, clienți, fără a prejudicia securitatea electronică. Cuvântul Extranet este format din prefixul extra corespunzător termenului exterior și a termenului net ce este folosit în general pentru termenul de rețea.

**Diferența între Extranet și Internet** constă în aceea că Extranetul este o rețea exterioară corespunzătoare anumitor firme, rețea ce permite și accesul limitat la rețeaua Intranet a acestor firme, pe când Internetul nu permite accesul la rețeaua Intranet a firmelor.

### Partajare resurse, comunicații în rețea.

Avantajele utilizării calculatoarelor în rețea



**CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ**

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

- ✚ permite partajarea utilizării resurselor indiferent de localizarea lor fizică;
- ✚ permite accesul programelor de la distanță, utilizatorii având la dispoziție ultimele versiuni ale acestora;
- ✚ permite accesarea bazelor de date de la distanță;
- ✚ realizează o comunicare mai rapidă între oameni, comunicare ce se poate realiza sub formă de text, sunet sau imagine;
- ✚ se pot realiza videoconferințe utilizate pentru educația la distanță;
- ✚ posibilitatea pentru anumite persoane de a lucra acasă (teleworking), în funcție de timpul disponibil, etc.



## Virusii informatici și antivirushi

**Virusii informatici** sunt anumite programe create de oameni cu scopuri distructive. Sunt programele ce au proprietatea de a se extinde și care duc la funcționarea necorespunzătoare a sistemului de operare. Ele sunt seturi de instrucțiuni care se atașează singure unui alt program sau sectorului de boot al unui disc. Asemenea virusilor umani, "virusii de calculator" duc la îmbolnăvirea sistemului de operare și a fișierelor existente pe acesta.

Virusii sunt foarte diferiți, de la cei ce atacă documentele și fișierele de tip text, până la cei care duc la stricarea componentelor hard ale calculatorului.

Odată pătruns în calculator, un virus nu este activ; el se activează în momentul în care programul cu care a fost adus este activat.

## Utilizarea unui antivirus pentru scanarea calculatorului



UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

Pentru a scana calculatorul împotriva virusilor deschideți programul antivirus pe care îl aveți pe calculator. pentru a scana întreg calculatorul de virusi apăsați opțiunea Full System Scan.

dacă scanati un anumit director sau datele existente pe o dischetă din meniul aflat în partea stângă alegeți opțiunea Scan for Viruses. Se va deschide următoarea fereastră din puteti alege diferite optiuni: de a scana diferite directoare sau fisiere, puteti scana discheta etc.

## Măsurile de sănătate și siguranță în utilizarea calculatorului

Termenul de siguranță se referă atât la persoana care folosește computerul, cât și la datele care se prelucrează.

Astfel, lucrul la computer presupune respectarea tuturor regulilor ce trebuie luate în considerare ori de câte ori se lucrează cu aparate și dispozitive electrice și electronice: evitarea atingerii surselor de curent, evitarea folosirii de cabluri neizolate, etc.

Este posibil să se întrerupă curentul sau să aibă loc creșteri bruște de tensiune. Câteva moduri în care se pot preveni stricăciunile provocate hard-diskului și fișierelor

- ✚ folosirea unei UPS (uninterruptible power supply -sursă continuă de curent);
- ✚ folosirea unui dispozitiv ce poate avertiza asupra creșterile de tensiune;
- ✚ salvarea fișierelor în mod regulat;
- ✚ realizarea un backup complet în mod regulat (termen prin care se desemnează executarea periodică decopii, pentru a evita pierderea informațiilor (date primare sau rezultate ale prelucrărilor).



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA







UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020

## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ  
IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168

# UTILIZAREA COMPUTERULUI ȘI ORGANIZAREA FIȘIERELOR

## 1. Pornirea/oprirea corectă/repornirea calculatorului. Închiderea unei aplicații care nu răspunde.

Pornirea calculatorului se efectuează prin apăsarea butonului de pornire situat în partea din față a unității centrale.

Pășii pentru oprirea corectă a calculatorului sunt: Start -> Turn Off -> clickk pe Turn off

Repornirea calculatorului se efectuează tot din meniul Start -> Turn Off -> clickk pe Restart. Oprirea sau repornirea computerului folosind butoanele de la unitatea centrală duce la apariția unor defecțiuni în sistem.

Închiderea unei aplicații care nu răspunde se face apăsând simultan tastele Ctrl + Alt + Delete pentru a lansa Task Manager, selectați aplicația care nu răspunde din meniul Applications și apăsați clickk pe End Task. Dacă aplicația nu se închide nici folosind această metodă încercați să dați un restart la calculator.

## 2. Vizualizarea informațiilor referitoare la resursele hardware și software ale calculatorului (versiune sistem de operare, tipul procesorului, memorie instalată, etc.)

Vizualizarea informațiilor referitoare la resursele hardware și software ale calculatorului se face intrând în meniul Start -> Control Panel -> Performance and Maintenance -> System și găsiți în meniul General versiunea sistemului de operare, tipul procesorului și memoria instalată. Pentru mai multe informații treceți la meniul Hardware -> clickk pe Device Manager. Acolo puteți găsi toate informațiile necesare despre calculatorul dumneavoastră cum ar fi: tipul calculatorului, al hard diskului, al plăcii video, unitățile optice prezente, console pentru Gaming, tipul tastaturii, tipul mouse-ului, tipul monitorului, plăcile de rețea existente, porturile, tipul procesorului, driverele de sunet, elemente de sistem și multe altele.

## 3. Desktop: data și ora, volumul, opțiuni desktop de afișare (de exemplu: opțiuni pentru fundal, screen saver, diverse opțiuni de setare). Utilizarea opțiunii Print Screen.

Desktopul este zona principală a ecranului pe care o vedeți atunci când deschideți computerul și faceți log on la Windows. La fel ca suprafața unui birou, acesta servește drept spațiu de lucru. Atunci când deschideți programe sau foldere, acestea apar pe desktop. De asemenea, aveți posibilitatea să așezați elemente pe desktop, cum ar fi fișiere sau foldere și să le aranjați după preferință.

Desktopul este uneori definit în linii mari ca loc pentru bara de activități și bara laterală Windows. Bara de activități se află în partea de jos a ecranului. Aceasta arată ce programe sunt în execuție și vă permite



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

sa comutati între ele. De asemenea, acesta conține butonul Start utilizat la accesarea programelor, a folderelor și a setărilor computerului. Pe marginea ecranului, Bara laterală conține mici programe denumite gadgeturi.

### 4. Pictograme

Pictogramele sunt imagini mici care reprezintă fișiere, foldere, programe și alte elemente. Când porniți prima oară Windows, veți vedea cel puțin o pictogramă pe desktop: Cosul de reciclare. Este posibil ca producătorul computerului să fi adăugat alte pictograme pe desktop.

Prin dublu click pe o pictogramă de pe desktop, elementul pe care îl reprezintă se deschide sau porneste. De exemplu, dacă faceți dublu click pe pictograma Internet Explorer, porneste Internet Explorer.

Aveti posibilitatea să alegeți care pictograme să apară pe desktop; o pictogramă poate fi adăugată sau eliminată oricând. Unele persoane preferă ca desktopul să fie curat, ordonat, cu numai câteva pictograme sau fără pictograme. Alte persoane amplasează zeci de pictograme pe desktop, pentru a avea acces rapid la programele, fișierele și folderele utilizate frecvent.

Când stergeți un fișier sau un folder, el nu se șterge chiar de tot, ci trece în Cosul de reciclare (RecycleBin). Acesta este un lucru bun, deoarece dacă va răzgândi vreodată și decideți că aveți nevoie de un fișier șters, îl obțineți din nou. Dacă sunteți sigur că nu veți mai dori elementele șterse, goliti Cosul de reciclare. Astfel, elementele se șterg definitiv și recuperați spațiul-disc pe care îl utilizau.

### 5. Ferestre

Atunci când deschideți un program, un fișier sau un folder, acesta apare pe ecran într-o casetă sau un cadru denumit fereastră (window, în limba engleză). De aici provine numele sistemului de operare Windows. Deoarece ferestre sunt peste tot în Windows, este important să înțelegeți cum se muta, se modifică dimensiunea sau se închid ferestrele.

### 6. Disc logic, director, fișier: identificare, proprietăți, vizualizare conținut.

Director (folder) -> Directoarele sunt un fel de dosare care conțin fișiere.

Directorul are un nume și se memorează pe disc.

Fișier -> Informațiile în format electronic se memorează sub forma de fișiere. Un fișier are un nume și o extensie, care definește și tipul fișierului. În funcție de tipul de informație memorat, fișierele pot fi de diferite tipuri: fișiere text, fișiere imagine, fișiere sunet etc. Tipul fișierului poate fi identificat după extensia fișierului, care este, de obicei, un grup de trei litere și care face o conexiune între tipul fișierului și aplicația care poate deschide respectivul fișier.

**7. Operații cu directoare și fișiere: creare, copiere, mutare, ștergere, căutare, redenumire, sortare după nume, tip, data modificării, realizarea unei copii de siguranță pe disc, pe CD, sau pe un alt suport extern, vizualizarea conținutului, determinarea dimensiunii, schimbarea stării fișierului (numai citire, etc).**



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





## Axa prioritară 6: Educație și competențe

**Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate**

**Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale**

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

1. Crearea directorului se face selectând locul unde doriți să fie creat, după care apăsați click dreapta și selectați new -> alegeți opțiunea dorită
2. Copierea unui fișier sau director: selectați fișierul sau directorul tinta -> apăsați click dreapta pe el -> selectați opțiunea Copy -> selectați destinația -> click dreapta -> selectați opțiunea Paste
3. Mutarea unui fișier sau director: selectați fișierul sau directorul tinta -> apăsați click dreapta pe el -> selectați opțiunea Cut -> selectați destinația -> click dreapta -> selectați opțiunea Paste
4. Ștergerea unui fișier sau director: selectați fișierul sau directorul tinta -> click dreapta pe el -> selectați opțiunea Delete sau puteți folosi direct tasta Delete.
5. Redenumirea unui fișier/director: selectați fișierul/directorul tinta -> click dreapta pe el -> opțiunea Rename
6. Sortarea fișierelor/directorilor: selectați locul unde se afla fișierele/directoarele -> click dreapta pe un spațiu gol din acea fereastră -> selectați opțiunea arrange icons by -> selectați categoria dorită : după nume – Name, după tip – Type, după data modificării – Modified, și după mărime – Size
7. Realizarea unei copii de siguranță
  - pe dischetă: copiați fișierul/directorul dorit în locul care reprezintă discheta
  - pe CD: pt copierea unuia sau a mai multor fișiere/directoare pe CD este necesară o aplicație/program care este destinat acestei acțiuni: Nero Burning Room, Windows CD Burning etc.
  - pe un alt suport extern: copiați fișierele/directoarele în locul care reprezintă acel suport extern (stick=flash drive, sau altele)
8. Vizualizarea conținutului unui fișier/director se face prin dublu click pe pictograma respectivă sau click dreapta -> Open
9. Schimbarea stării fișierului se efectuează din opțiunea Properties a fișierului

## 8. Paint

Paint este un program utilizat pentru a desena, colora sau edita imagini. Paint se poate utiliza precum un caiet de schițe digital pentru a crea imagini simple sau proiecte creative, sau pentru a adăuga text și desene altor imagini, cum ar fi cele făcute cu aparatul foto digital.

Pentru a deschide Paint, faceți click pe butonul Start, faceți click pe Toate programele, faceți click pe Accesorii, apoi pe Paint.

Paint include o colecție utilă de instrumente pentru desenat în caseta de instrumente. Aceste instrumente se pot utiliza pentru a crea desene cu mâna liberă și pentru a adăuga diferite forme imaginilor.

## 9. Calculator

Denumit Microsoft Calculator este cunoscut și sub denumirea simplă Calculator. Este o aplicație de calcul inclusă în toate versiunile de Windows. Ea se poate lansa din Grupul Accesorii, sau din meniul Run, prin comanda calc.



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA







## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

Aplicația poate oferi un calculator simplu, cu operații de bază (adunare, scădere, înmulțire, împărțire) sau o variantă de calculator științific, capabil de operații complexe (radical, tangenta, sinus, ridicare la putere) toate acestea în sistem binar, decimal, hexadecimale.

Comutarea între cele 2 tipuri de calculator, se face din Meniul View, prin alegerea opțiunilor Standard sau Scientific.

## 10. Imprimanta

Imprimanta este un dispozitiv (periferic) de ieșire, cu ajutorul căruia se poate transpune pe hârtie informația dintr-un fișier (text, imagine).

Imprimantele instalate într-un sistem se pot găsi, prin accesarea din Control Panel -> Printers And Faxes. Se va deschide o fereastră în care se vor putea vedea imprimantele instalate în sistem, și de asemenea imprimanta implicită (Default) a sistemului. Aceasta se poate identifica printr-o bifă pe care o are pe pictograma corespunzătoare.

Pentru a imprima un document, se pot alege 2 metode:

- prin apăsarea butonului corespunzător operației de imprimare, din bare de butoane a aplicației, sau
- prin apăsarea combinației de taste CTRL+P.

## 11. Instalarea în sistem a unei imprimante.

Producătorii de imprimante livrează împreună cu imprimanta și driverele și aplicațiile specifice utilizării imprimantei, în funcție de capacitățile acestora. Driverele sunt părți de software ce fac posibilă comunicarea între imprimanta și sistemul de operare, în special, Windows.

Instalarea unei imprimante în sistem se face prin conectarea fizică a imprimantei la sistem cu ajutorul cablurilor de date, precum și prin instalarea software a driverelor corespunzătoare.

## 12. Taste speciale Windows. Deplasarea cursorului și click-uri obținute cu tastatura

Tasta Windows este o tastă dublă având desenat pe ea logoul ("simbolul") SO Windows și care se găsește pe rândul cel mai de jos al tastaturii, lângă tastele Alt. Tasta permite prin acționarea directă, deschiderea meniului Start din Windows.

În combinație cu alte taste se pot lansa diferite aplicații ale sistemului de operare Windows.

## 13. Arhivarea fișierelor

O soluție pentru păstrarea informației pe hard disc, atunci când acesta devine neincapător sau pe dischete, atunci când fișierele au o dimensiune mai mare decât spațiul liber rămas pe discheta, este folosirea programelor de arhivare.



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

Programele de arhivare au rolul de a comprima informațiile conținute pe un suport de memorie externă (floppy disk, hard disk), pentru a mări capacitatea de memorare a acestuia. Odată comprimate, informațiile își pierd semnificația reală la nivelul procesoarelor din sistem. Din acest motiv, înainte de o nouă utilizare, fișierele trebuie dezarhivate cu programe de dezarhivare, pentru obținerea informațiilor originale.



## PROCESOARE DE TEXTE

Sistemul Windows pune la dispoziția utilizatorului câteva aplicații simple și de largă utilitate. În folderul Programs se găsește grupul de aplicații Accessories, în cadrul cărora apar programe precum NotePad, WordPad, Paint, Calculator etc.

### EDITORUL DE TEXTE SCURTE *NotePad*

**NotePad** este o aplicație destinată înregistrării de texte scurte, fără pretenții de aspect și grafică, cu rolul de notițe. Aceste notițe sunt documente de dimensiuni reduse și pot fi recunoscute de orice sistem de operare, deoarece informația textului reprezintă șiruri de caractere codificate ACII.



UNIUNEA EUROPEANĂ

Instrumente Structurale  
2014-2020

## Axa prioritară 6: Educație și competențe

**Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate**

**Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale**

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

Aplicația reprezintă în sine un editor elementar de texte. Rezultatul aplicației este un fișier text care primește automat extensia *.txt*.

**Fereastra NotePad** este o fereastră simplă ce conține câteva din elementele fundamentale ale unei ferestre:

**Bara de titlu** ~ include numele aplicației, meniul de control (care conține comenzi cum ar fi Move, Size, Minimize și Close) și butoanele de minimizare, maximizare și închidere;

**Bara de meniuri** ~ este una dintre cele mai simple, conținând doar patru meniuri, și anume:

1. **meniul File** ~ **New** ~ pentru crearea unui nou blocnot de tip NotePad
  - **Open** ~ pentru a deschide un notepad creat anterior
  - **Save** ~ pentru a salva modificările dintr-un blocnot
  - **Save As** ~ pentru a salva fișierul
  - **Page Setup** ~ pentru a modifica configurația paginii
  - **Print** ~ pentru a tipări blocnot-ul
  - **Exit** ~ pentru a ieși din aplicație
2. **meniul Edit** ~ **Undo** ~ pentru a reveni la pasul anterior, la modificarea anterioară
  - **Cut** ~ pentru a decupa o porțiune de text
  - **Copy** ~ pentru a copia o porțiune de text
  - **Paste** ~ pentru a lipi o porțiune de text
  - **Delete** ~ pentru a șterge o porțiune de text
  - **Select All** ~ pentru a selecta tot conținutul textului
  - **Time/Date** ~ pentru a introduce în text data și ora
  - **Word Wrap** ~ pentru a afișa bara de defilare orizontală
  - **Set Font** ~ pentru a modifica fontul, stilul și dimensiunea caracterelor
3. **meniul Search** ~ **Find** ~ pentru a căuta un cuvânt în interiorul textului
4. **meniul Help** ~ **Help Topics** pentru a lansa asistentul Office

**Bara de defilare** : orizontală (utilizată pentru a derula conținutul vizibil al documentului curent de la stânga la dreapta și viceversa) și verticală (utilizată pentru a derula de sus în jos documentul)

La activare se deschide fereastra aplicației în care pulsează cursorul de scriere în stânga sus, fereastra imaginează foaia dintr-un blocnot.

Operațiile pe care le permite această aplicație sunt:

- Introducerea de text de la tastatură în timp ce cursorul avansează pe rând, apăsând ENTER se trece la rândul următor
- Deplasări în text se fac cu ajutorul mouse-ului sau cu tastatură utilizând tastele săgeți
- Selectarea unei porțiuni de text
- Ștergerea unei porțiuni de text
- Copierea și mutarea unei porțiuni de text
- Cautarea și localizarea unui grup de caractere

CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ  
IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA

## Axa prioritară 6: Educație și competențe

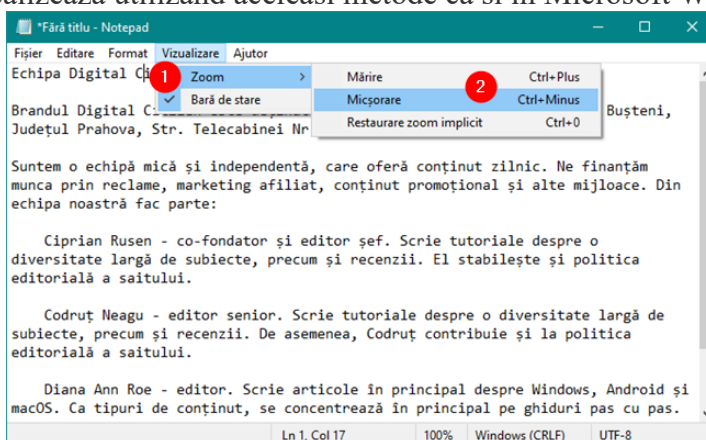
Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

- Salvarea modificărilor făcute și salvarea întregului document
- Tipărirea textului
- Modificarea fontului, stilului și dimensiunii caracterelor

Toate aceste operații se realizează utilizând aceleași metode ca și în Microsoft Word.



## EDITORUL WordPad

**WordPad** este un editor de texte mai simplu decât Microsoft Word, el oferindu-ne posibilitatea de a realiza mai puține operații decât cu Microsoft Word, fiind în același timp mai complex decât NotePad, (procesorul de texte scurte).

**Fereastra WordPad** este o fereastră obișnuită, mai complexă decât fereastra NotePad, ce conține următoarele elemente:

**Bara de titlu** : afișează titlul ferestrei care include numele programului și numele fișierului activ, butonul meniului de control și butoanele de minimizare, maximizare și închidere

**Bara cu meniuri**: conține principalele comenzi pe care le putem transmite aplicației WordPad, când executăm clic pe una dintre aceste categorii principale este afișată lista sa de comenzi astfel încât putem selecta o comandă sau desface un submeniu din acea listă

**Barele cu instrumente**: conțin butoane pe care putem executa clic pentru a lansa unele comenzi .

**Barele de defilare**: sunt utilizate pentru a vizualiza datele ascunse deasupra, dedesubtul, la dreapta sau la stânga celor afișate pe ecran

**Bara de stare**: ne avertizează atunci când au loc schimbări în cadrul programului WordPad și ne oferă informații utile despre aplicația activă în mod curent.

Operațiile care pot fi executate în WordPad sunt:

- Introducerea textului de la tastatură;
- Selectarea textului;



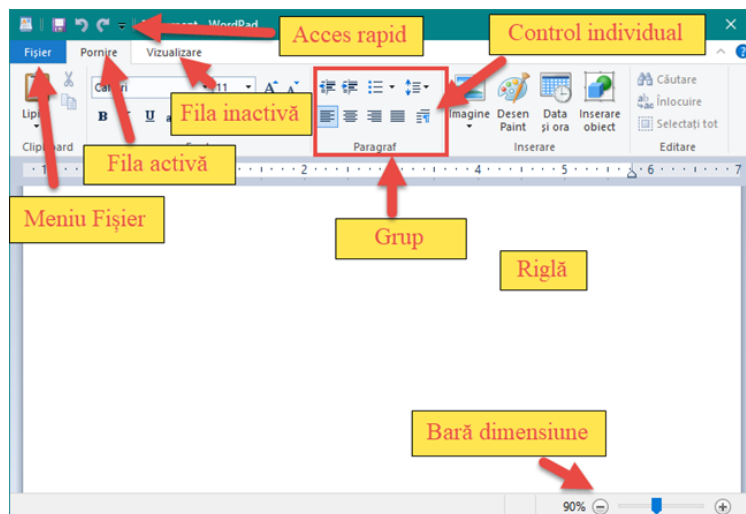
## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

- Deplasarea prin document;
- Stergerea, mutarea și copierea unei porțiuni de text;
- Salvarea modificărilor făcute și a unui document nou creat;
- Previzualizarea și tipărirea textului;
- Schimbarea dimensiunilor și marginilor paginii;
- Cautarea și înlocuirea unor cuvinte;
- Inserarea de imagini;
- Modificarea dimensiunilor, fontului și stilului caracterelor;
- Introducerea de caractere speciale în cazul unor enumerări



## PROCESORUL DE TEXTE *Word*

Microsoft Word este un procesor de texte deosebit de apreciat deoarece permite scrierea, editarea și tipărirea documentelor de text, cu ajutorul acestei aplicații putem controla aspectul textului prin schimbarea fontului, stilului și mării caracterelor și prin configurarea unor elemente precum indentarea, distanța între rânduri, tabulatoarele și marginile, putem verifica scrierea corectă a cuvintelor și frazelor folosind programele încorporate de verificare ortografică și gramaticală.

### Prezentarea ferestrei Microsoft Word:

- ferestra* - este o casetă de pe ecranul calculatorului ce conține elemente cum ar fi pictograme, fișiere, dosare și chiar aplicații; este locul unde tastăm și formatați documentele
- Bara de titlu* - denumirea aplicației și butoanele de minimizare, maximizare și închidere și pictograma meniului de control, care conține comenzi cum ar fi Move, Size, Minimize și Close



UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

- c) *Bara de meniuri* - este principala componentă a programelor pentru Windows în ceea ce privește prezentarea comenzilor disponibile
  - în fereastra bara de meniuri este instalată sub bara de titlu
  - când deschideți un meniu de pe o bară de meniuri pe ecran se derulează o casetă de comenzi înrudite, cele mai multe comenzi se execută de program imediat ce le selectăm
  - dacă o comandă este însoțită de o săgeată spre dreapta apare un submeniu fie derulant, fie în cascada cu opțiuni suplimentare
  - în cazul în care comandă este urmată de puncte de suspensie (.) aceasta necesită mai multe informații de la noi înainte să poată fi executată, astfel când selectăm o astfel de comandă apare o casetă de dialog cu mai multe opțiuni din care puteți face o alegere sau o casetă goală pentru a introduce informațiile necesare
- d) *Bara cu instrumente standard și de formatare* - pe care le puteți folosi pentru a accede mai rapid la programele pe care dorim să le folosim este o bară cu butoane care reprezintă diverse comenzi, când executăm clic pe butonul respectiv este executată comanda asociată
- e) *Barele de defilare* - sunt utilizate pentru a afișa conținutul care depășește zona de vizualizare a ferestrei.
- f) *Bara de stare* - afișează despre numărul paginii curente, documentului în care lucrați și poziția curentă a punctului de inserare, această bară va prezenta și alte informații cum ar fi faptul că ați trecut în modul de suprascriere, apăsând tasta Insert.sectiunea



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020

## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168



# CALCUL TABELAR

## Noțiuni

Foia de calcul tabelar, sau foia de calcul electronic, sau spreadsheet, este un program ce ne pune la dispoziție o tabelă de dimensiuni suficient de mari, în interiorul căreia putem scrie atât text cât și (mai ales) numere. Cu numerele scrise se pot efectua foarte ușor calcule, prezenta dependențe funcționale multiple și vizualizări grafice. Fiind adaptat calculelor cu cifre și reprezentări grafice, acest instrument se folosește în special în domeniul economic, deci poate fi utilizat în gestiunea spitalului și sau a cabinetului



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ  
IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

**Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate**

**Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale**

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

medical. În același timp, prin inventivitatea și iscusința utilizatorului medic, acest instrument de lucru se dovedește deosebit de util atât în activitatea de cercetare medicală, unde prin funcțiile statistice matematice oferite ajută la analize statistice, precum și în activitatea curentă dintr-o clinică, prin întocmirea de grafice privind evoluția bolilor pacienților. Nu sunt rare situațiile în care cu ajutorul foilor de calcul au fost întocmite baze de date cu pacienții tratați, folosindu-se facilitățile specifice programelor de baze de date, care există implementate și la acest program (ordonare, filtrare).

Tabela este alcătuită din linii și coloane. Pentru o identificare ușoară, de regulă, liniile sunt marcate cu numere, iar coloanele cu litere (se începe cu litera A și se continuă până la sfârșitul alfabetului, apoi se constituie grupuri de două litere, tot în ordine alfabetică). Intersecția dintre o linie și o coloană alcătuiește o celulă (cell) sau căsuță. Pentru identificare celula este denumită prin numele coloanei, urmat de numărul liniei (ex: A1, C67, AB3).

Cu numerele înscrise în tabel pot fi efectuate calcule. Pentru aceasta în căsuțele tablei se pot scrie și formule de calcul, utilizând operațiile matematice. Operanții utilizați sunt conținutul numeric al celulelor sau constante numerice. Rezultatul calculelor este depus chiar în celula în care a fost scrisă formula de calcul.

Datorită calculului dinamic în foaia de calcul orice modificare a unei date numerice din tabel este urmată automat de recalcularea tuturor rezultatelor obținute pe baza acelei date

Aplicația de calcul tabelar MS Excel oferă următoarele posibilități:

- ✚ introducerea, editarea, formatarea și tipărirea informație;
- ✚ prezentarea unor informații sub forma unor grafice sau diagrame;
- ✚ calcule matematice;
- ✚ calcule logice;
- ✚ calcule financiare;
- ✚ calcule statistice;
- ✚ prelucrări de tip organizare a datelor (grupări, ordonări, extrageri, sinteze).

## Mediul de lucru



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

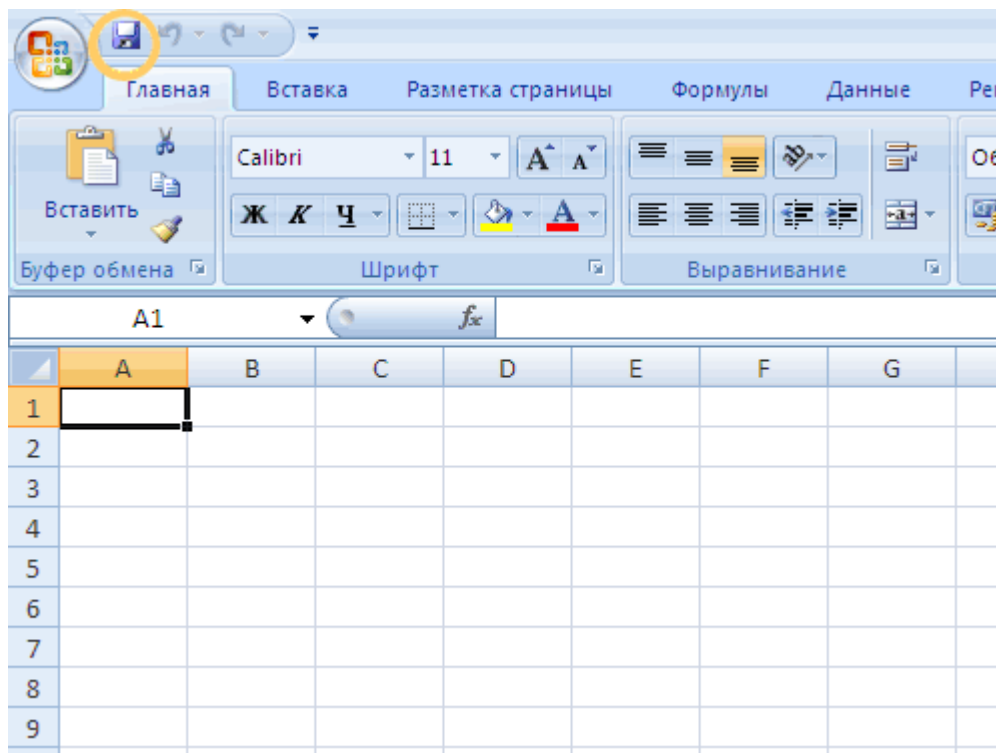
Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

La deschiderea aplicației MS Excel, se deschide un fișier Excel numit registru de calcul (workbook sau book), având extensia xls (MS Office versiunea 2003) sauxlsx (MS Office versiunea 2007).

Un registru de calcul este format din unul sau mai multe foi de calcul (worksheet sau sheet). O foaie de calcul reprezintă obiectul de lucru al aplicației MS Excel și conține o listă de informații. Suprafața de lucru a unei foi de calcul este împărțită în linii (rows) și coloane (columns). Liniiile sunt identificate printr-un număr, afișat în antetul liniei (număr cuprins între 1 și 65535). Coloanele sunt identificate prin litere, afișate în antetul coloanei (litere cuprinse între A și IV).

Elementul de bază al unei foi de calcul îl reprezintă celula (cell). Celula se află la intersecția unei linii cu o coloană și este localizată printr-o adresă formată din indicele coloanei urmat de indicele liniei.



## Formule

Formula este o expresie ce realizează calcule fiind precedată de semnul "=". Este formată



UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

din operanzi și operatori, se înserează în celule fiind evaluată automat la schimbarea valorii operanzilor.

**Operatorii** sunt construcții ce identifică operațiile ce se realizează, putând fi matematici (+, -, \*, /), logici (not, and, or) sau relaționali (, =), ei indică operația care se efectuează cu operanzii și pot fi:

- de calcul (+, -, \*, /, %, ^);
- de comparație (<=, >=, =, <>);
- de concatenare (&);
- de referință (adresele celulelor din foaia de calcul folosind simbolurile:
  - “:” pentru domeniu,
  - “;” pentru referințe multiple sau
  - “ ” pentru intersecția domeniului).

**Operanzii** pot fi construcții sintactice ce nu se modifică (constante) sau ce se modifică (variabile).

**Constantele** pot fi de tip numeric (nr. întregi sau nr. reale), de tip text (șir de caractere între ghilimele) sau logice (true, false).

**Variabilele** pot fi adrese de celule sau zone (A1, B3, AB24, A1:C4) sau funcții (SUM, MAX).

Funcția este o formulă ce realizează calcule având o denumire specială.

Are sintaxa =den\_func(arg1, arg2, ..., argn) unde den\_func() este operatorul iar arg1, arg2, ..., argn sunt operanzii.

### Tipuri de funcții

#### 1. Funcții matematice

- COUNTIF(sursa; criteriu) numără dintr-o zonă de celulele numai celulele ce îndeplinesc un criteriu dat. Ex.: =COUNTIF(A1:A10; 7) numără din zona A1:A10 ce conține numerele 2,3,7,5,7,6,8,9,7,10 celulele ce au valoarea 7 returnând valoarea 3.
- POWER(numărȘ putere) întoarce rezultatul numărului ridicat la o putere. Ex.: =POWER(A2;3) returnează valoarea 125 dacă în celula A2 se găsește 5.
- FACT(număr) întoarce factorialul unui număr. Ex.: =FACT(A2) returnează valoarea 120 dacă în celula A2 se găsește 5.

#### 2. Funcții dată/timp

- DATE(an; lună; zi) creează o dată din cele 3 numere. Ex.: =DATE(13;12;26) returnează data 26.12.2013.



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

- DAY(data) returnează ziua din data calendaristică ca un număr întreg cuprins între 1 și 31.  
Ex.: =DAY(26.12.2013) returnează 26.
- MONTH(data) returnează luna din data calendaristică ca un număr întreg cuprins între 1 și 12. Ex.: =MONTH(26.12.2013) returnează 12.
- YEAR(data) returnează anul din data calendaristică ca un număr întreg format din 4 cifre..  
Ex.: =YEAR(26.12.2013) returnează 2013.

### 3. Funcții logice

- IF(condiție; val\_dacă\_adevărat; val\_dacă\_fals) evaluează condiția și dacă este true afișează val\_dacă\_adevărat altfel afișează val\_dacă\_fals. Ex.: =IF(A2>B2;10;2) dacă A2=15 și B2=14 atunci returnează 10, dacă A2=14 și B2=15 atunci returnează 2.

### 4. Funcții caracter

- CONCATENATE(text1; text2; ... textn) concatenează (lipește) mai multe șiruri de caractere într-un singur șir. Ex.1: =CONCATENATE("Maria";"Elena") returnează "MariaElena". Ex.2: =CONCATENATE("Maria"; " "; "Elena") returnează "Maria Elena".
- EXACT(text1; text2) compară două șiruri de caractere (face distincție între caractere mici și mari) și întoarce TRUE dacă sunt identice, altfel întoarce FALSE. Ex.1: =EXACT("Maria";"Maria") returnează TRUE. Ex.2: =Exact("Maria";"MARIA") returnează FALSE.
- LEFT(text; nr\_caractere) întoarce primele nr\_caractere specificate dintr-un șir de caractere. Ex.: =LEFT("Maria";2) returnează "Ma".
- RIGHT(text; nr\_caractere) întoarce ultimele nr\_caractere specificate dintr-un șir de caractere. Ex.: =RIGHT("Maria";2) returnează "ia".

### 5. Funcții statistice

- AVERAGE(nr1; nr2; .... nrn) întoarce media aritmetică a unui șir de valori.
- SUM(nr1; nr2; ... nrn) întoarce suma unui șir de valori.
- MAX(nr1; nr2; ... nrn) întoarce maximum dintr-un șir de valori.
- MIN(nr1; nr2; ... nrn) întoarce minimum dintr-un șir de valori.

**Graficul** este reprezentarea virtuală a uneia sau mai multor funcții într-un sistem de axe de coordonate. Sursa de date a valorilor funcțiilor pe axele de coordonate este o zonă dintr-o foaie de calcul. Inserarea unui grafic presupune selectarea sursei de valori și folosirea uneia din funcțiile



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

Insert-Charts.

Setările generale ale unui grafic se realizează cu ajutorul instrumentelor din zona Chart Tools-Design și presupune:

- stabilirea tipului de grafic;
- comutarea datelor de pe axele de coordonate (comutarea rândurilor cu coloane din zona sursă de date);
- stabilirea de aspecte predefinite;
- folosirea de stiluri predefinite;
- mutarea graficului în altă foaie de calcul.

Principalele tipuri de grafice și modalități de utilizare sunt:

- tipurile coloană și bară utilizate pentru realizarea de comparații între diferite elemente pe rânduri sau coloane;
- tipurile linie și suprafață utilizate pentru reprezentarea variației datelor în timp sau pentru crearea de legături între două sau mai multe variabile numerice;
- tipurile radial și inelar utilizate pentru reprezentarea contribuției relative a mai multor valori față de întreg;
- tipul punctual utilizat pentru reprezentarea relațiilor dintre valorile numerice din mai multe serii de date sau pentru gruparea de date numerice.

Elementele graficului și funcțiile de inserare/editare sunt:

- titlul Chart Tools-Layout-Labels-Chart Title;
- titlurile axelor Chart Tools-Layout-Labels-Axis Title;
- legenda Chart Tools-Layout-Labels-Legend;
- etichete funcții (serii de date) Chart Tools-Layout-LabelsData Labels;
- tabelul date Chart Tools-Layout-Labels-Data Table;
- axele verticale și orizontale Chart Tools-Layout-AxesAxes;
- linii de ghidaj Chart Tools-Layout-Axes-Gridlines;
- fundal Chart Tools-Layout-Background-Plot Area;
- serii de date (funcții).

Formatarea unui element presupune selectare și utilizarea funcțiilor din zona Chart Tools



**CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ**  
IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

Format sau din meniul contextual Right-Click atașat mouse-ului.

În funcție de element se pot stabili:

- caracteristici bordură;
- caracteristici fundal;
- efecte speciale;
- formătări de text.

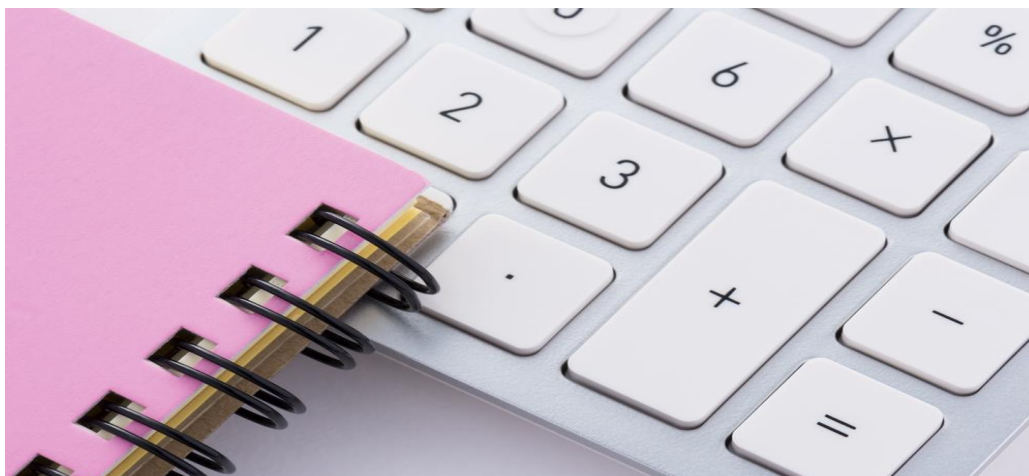
La nivel de grafic se pot stabili:

- dimensiuni obiect;
- aranjări și alinieri obiect.

**Histograma** reprezintă variația frecvenței de apariție a unui set de valori într-un șir de valori. Inserarea unei histogramme se face cu ajutorul funcției Data-Analysis-Data Analysis-Histogram.

În urma apelării funcției anterioare se deschide o casetă de dialog din care se pot face setările:

- zona care reprezintă șirul de valori;
- zona care reprezintă setul de valori;
- locul unde va fi plasată histograma (aceeași foaie de calcul, foie de calcul nouă, registru de calcul nou);
- modalitatea de prezentare (tabelară, sortată, cumulativă, grafică).





UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

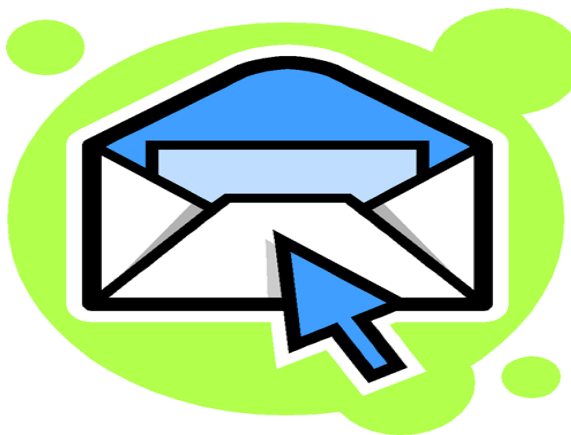
**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

# INTERNET SI OUTLOOK

Termenul **internet** provine din împreunarea artificială și parțială a două cuvinte englezești *interconnected* = interconectat și *network* = rețea

Cuvântul are două sensuri care sunt strâns înrudite, în funcție de context:

- Substantivul propriu „Internet” (scris cu majusculă) desemnează o rețea mondială unitară de calculatoare și alte aparate cu adrese computerizate, interconectate conform protocoalelor (regulilor) de comunicare „*Transmission Control Protocol*” și „*Internet Protocol*”, numite împreună „stiva *TCP/IP*”. Super-rețeaua Internet din zilele noastre, care de mult a împânzit întreg globul pământesc, a rezultat din extinderea permanentă a acestei rețele inițiale Arpanet. Azi pe glob există un singur Internet, care însă este uriaș; el oferă utilizatorilor săi o multitudine de informații și servicii precum e-mail, www, FTP, Găzduire web (*web hosting*) și multe altele, unele dintre ele fiind numai contra cost.
- Substantivul comun „internet” (scris cu minusculă) desemnează rețele speciale ce interconectează 2 sau mai multe rețele autonome aflate la mare depărtare unele față de altele. Un exemplu de 2 rețele mari, interconectate printr-un internet pentru care folosința acestui nume este justificată: rețelele SIPRNet și FidoNet. Rețelele de tip internet nu trebuie confundate cu super-rețeaua „Internet”.



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168

## OUTLOOK

Outlook pe web este o aplicație Web de gestionare a informațiilor personale de la Microsoft . Acesta este inclus în Office 365, Exchange Server și Exchange Online . Acesta include un client de e-mail pe bază de web, un instrument de calendar, un manager de contact și un manager de activități. Acesta include, de asemenea, integrarea add-in, Skype pe web, și alerte, precum și teme unificate care acoperă toate aplicațiile web. Outlook Web App este navigat folosind pictograma App Launcher care aduce în jos o listă de aplicații web de la care utilizatorul poate alege.

## ISTORIC

Outlook Web Access a fost creat în 1995 de către managerul de programe Microsoft, Thom McCann, în echipa Exchange Server. O versiune timpurie a fost demonstrată de vicepreședintele Microsoft, Paul Maritz, la celebrul summit Microsoft de la Microsoft din Seattle, din data de 27 decembrie 1995. Prima versiune a clientului a fost o parte a lansării Exchange Server 5.0 la începutul anului 1997.

Prima componentă care permite scripturilor de pe partea clientului să emită cereri HTTP ( XMLHTTP ) a fost inițial scrisă de echipa Outlook Web Access. A devenit curând o parte din Internet Explorer 5 . Redenumit XMLHttpRequest și standardizat de către World Wide Web Consortium, a devenit unul dintre pietrele de temelie ale tehnologiei Ajax utilizate pentru a construi aplicații web avansate.

## SCOP

Outlook Web App este disponibil pentru abonații Office 365 și Exchange Online și este inclus în Exchange Server local, pentru a permite utilizatorilor să se conecteze la conturile lor de e-mail prin intermediul unui browser web, fără a necesita instalarea Microsoft Outlook sau alți clienți de e-mail . În cazul serverului Exchange, acesta este găzduit pe un intranet local și necesită o conexiune de rețea la serverul Exchange pentru ca utilizatorii să poată lucra cu e-mail, agendă, calendare și sarcini. Versiunea Exchange Online, care poate fi cumpărată fie independent, fie prin programul de licențiere Office 365, este găzduită pe serverele Microsoft pe web .

## CARACTERISTICI



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

**Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate**

**Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale**

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

**Mail** este componenta webmail a Outlook de pe web. Ecranul implicit este o vizualizare a trei coloane cu dosare și grupuri din stânga, e-mail este situat în mijloc și mesajul selectat în partea dreaptă. Odată cu actualizarea din 2015, Microsoft a introdus posibilitatea de a activa, de a mătuși și de a arhiva mesaje și de a anula ultima acțiune, precum și de a îmbunătăți caracteristicile de editare a imaginilor. Se poate conecta la alte servicii cum ar fi GitHub și Twitter prin intermediul conectorilor Office 365. Mesajele acționabile în e-mailuri permit unui utilizator să completeze o sarcină din e-mail, cum ar fi retweeting un Tweet pe Twitter sau setarea unei date de întâlnire într-un calendar.

Outlook Web App acceptă S/MIME și include funcții pentru gestionarea calendarelor, contactelor, sarcinilor, documentelor (utilizate cu SharePoint sau Office Web Apps) și a altor conținuturi de cutie poștală. În versiunea Exchange 2007, Outlook pe Web (încă numit Outlook Web App la acel moment) oferă de asemenea acces numai în citire la documentele stocate în site-urile SharePoint și în acțiunile UNC din rețea.

**Calendarul** este componenta calendare a Outlook de pe web. Prin actualizare, Microsoft a adăugat o prognoză meteo direct în Calendar, precum și pictograme ca repere vizuale pentru un eveniment. În plus, mementourile de e-mail au venit la toate evenimentele, iar calendarele speciale de Zi de naștere și sărbători sunt create automat. Calendarele pot fi partajate și există mai multe viziuni, cum ar fi ziua, săptămâna, luna. O altă viziune este săptămâna de lucru care include zilele de luni până vineri în vizualizarea calendaristică.

Detaliile calendarului pot fi adăugate prin editarea a codului HTML, iar fișierele pot fi atașate evenimentelor și întâlnirilor din calendar.

**Oamenii** reprezintă componenta managerului de contact din Outlook Web App. Un utilizator poate căuta și edita contactele existente, precum și poate crea altele noi. Persoanele de contact pot fi plasate în dosare și contactele duplicate pot fi conectate din mai multe surse, cum ar fi LinkedIn sau Twitter. În Outlook Mail, un contact poate fi creat făcând clic pe un expeditor de adresă de e-mail, care selectează o carte de vizită cu un buton de adăugare pentru a adăuga Outlook Persoane. Contactele pot fi importate și plasate într-o listă care poate fi utilizată la executarea unui e-mail în Outlook Mail.



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

Oamenii se pot sincroniza de asemenea, cu prietenii și listele de conexiuni de pe LinkedIn, Facebook și Twitter.

**Sarcina** a fost inițial lansată ca Sarcini pentru Outlook Web App. Microsoft a lansat o previzualizare a sarcinilor către serviciul Outlook.com bazat pe consumatori, care, în mai 2015, a fost anunțat că se deplasează la infrastructura Office 365. A fost inițial o parte a Calendarului ca o vedere. Microsoft a separat serviciile în propria aplicație web din Outlook pe Web. Într-o postare de pe blogurile Office din 2015, Microsoft a anunțat că Outlook Web App va fi redenumit Outlook pe Web și că Sarcini se va mișca sub acel brand. Un utilizator poate crea sarcini, pune în categorii și le poate muta într-un alt dosar. O caracteristică adăugată a fost abilitatea de a stabili zilele convenite și de a sorta și de a filtra sarcinile în funcție de aceste criterii. Aplicația furnizează utilizatorului câmpuri cum ar fi datele subiectului, începutul și sfârșitul, procentul complet, prioritatea și cantitatea de muncă depusă în fiecare activitate. Au fost introduse și funcții de editare bogate, cum ar fi literele îndrăznețe, italice, subliniere, numerotare și bullet. Sarcinile pot fi editate și clasificate în funcție de modul în care utilizatorul dorește ca acestea să fie sortate.



## OPORTUNITAȚI ÎN ONLINE





UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

**Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate**

**Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale**

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

Trăim într-o lume digitală, în care e activă jumătate din populația lumii. Datorită acoperirii masive a internetului, companiile sunt avantajate de crearea unei prezențe digitale.

Experiența online actuală nu se mai rezumă la verificarea e-mailurilor. De la comunicarea cu prietenii și familia la cumpărăturile alimentare săptămânale, la descoperirea unor noi destinații de vacanță și la căutarea de activități locale interesante, lumea online a devenit o parte esențială a vieților noastre.

Odată cu sporirea timpului petrecut online, apar tot mai multe oportunități digitale. Experiența online evoluează continuu datorită creatorilor de conținut, companiilor și dezvoltatorilor de aplicații care identifică modalități noi și inovatoare de a cumpăra, a învăța și a comunica.

1. Avantaje sociale
  - a. Extinderea legăturilor online
  - b. Dating, socializare, suport, ajutor
  - c. Închegarea unei comunități
  - d. Dezvoltarea de programe în comunitate
  - e. Protecția și optimizarea comunităților
  - f. Dezbaterăa unor probleme
2. Avantaje economice
  - a. Interacțiune brandurilor cu consumatorii
  - b. Mediu de transmitere ieftin, ușor accesibil
  - c. Ascultarea în permanență a consumatorilor
  - d. Studii de piață
3. Avantaje politice
  - a. Motivarea electoratului
  - b. Un mediu de propagare ieftin
  - c. Militarea pentru o cauză
  - d. Interacțiunea directă între candidat și alegători
4. Avantaje educaționale
  - a. Dubla semnificație a unui utilizator: cea de elev și cea de profesor
  - b. Interacțiunea directă dintre profesori și elevi
  - c. Colaborarea online – ieftină, eficientă, în timp real
  - d. Mediu de propagare ieftin

Specialiștii în educație financiară sunt de părere că a avea un serviciu stabil nu este



**CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ**

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA



art forest compani  
art forest compani

## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

niciodată de ajuns. Pentru ca un om să se bucure de confortul financiar pe care și-l dorește și totodată să aibă și satisfacția realizării și împlinirii profesionale, aceasta trebuie să dea curs unei afaceri. Fie că îți dorești o afacere ambicioasă sau una mai micuță, la baza oricărui business trebuie să se afle pasiunea și dragostea pentru un anumit domeniu.

Business-urile din offline se adresează unui public restrâns. În cazul unui business online, te adresezi tuturor, asadar nu există limite, îngrădiri sau bariere. Internetul te conectează cu întreaga lume. Afacerile online sunt cele mai rentabile. Investiția este minimă, iar succesul este aproape garantat.

**De ce este nevoie pentru a demara un business online de succes? De un site perfect! De o prezență în online potrivită!**

Sunt o multitudine de posibilități și oportunități. Internetul este cea mai sigură și mai accesibilă cale spre lumea afacerilor.



## Primii pași către succesul online

- Achiziționarea unui domeniu.



UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

Platformele gratuite ca wordpress și blogspot sunt potrivite pentru hobby-uri, NU pentru afaceri. Asadar, URL-ul afacerilor trebuie să fie sub forma: NumeAfacere.ro sau pot opta pentru extensiile .com, .eu, .org, .net, .info, .biz și așa mai departe. Exemplu: www.bavali.ro.

- **Cumpărarea serviciului de hosting potrivit afacerii.**

Cea mai ieftină variantă de gazduire web nu este neapărat și cea mai bună. Este nevoie de un pachet de gazduire care să corespundă cerințelor site-ului. Fără un hosting bun nu se poate crea un site pe măsură.

- **Crearea unui site perfect funcțional.**

Nu este de ajuns să se instaleze o temă wordpress. Trebuie făcute setările ca la carte, alegerea unei teme cu design corespunzător și neapărat crearea site-ului SEO OnPage. Website-ul trebuie să arate bine, să poată fi accesat de pe orice dispozitiv, să se încarce repede și să fie structurat astfel încât vizitatorul să poată identifica cu ușurință informația, produsul sau serviciul care îl interesează. În plus, site-ul trebuie să se plieze pe regulile Google. În funcție de această compatibilitate cu motoarele de căutare, website-ul are sau nu șanse să ajungă pe prima pagină în topul celor mai relevante rezultate pe anumite cuvinte cheie.

- **Crearea unei adrese de e-mail business.**

Ei bine, adresa de e-mail este o dovadă de profesionalism. Nu pot fi contactați clienții sau partenerii de pe o adresă de e-mail marca yahoo sau gmail. E-mail-ul trebuie să fie sub forma NumelePersoana@NumeAfacere.ro. Pachetul de hosting oferă, printre altele, și adrese de e-mail.

- **Prezența activă pe rețelele de socializare.**

Afacerea trebuie făcută cunoscută. Consolidarea imaginii pe rețelele de socializare și asigurarea ca business-ul are pagina de Facebook, Google+, LinkedIn, Twitter, Pinterest, Instagram, Tumblr, Youtube, etc.. În funcție de nișa afacerii, se poate opta pentru 2-3 rețele sau pot fi conturi pe toate rețelele sociale. Afacerea trebuie să fie omniprezentă pe internet. Cu cât afacerea se bucură de o comunitate de urmasitori/fani mai mare, cu atât rata de succes crește.

- **Publicitate. Publicitate.**

Cea mai bună, mai eficientă și mai rentabilă formă de promovare este optimizarea SEO. Optimizarea SEO, video marketing-ul și social marketing-ul sunt cele 3 arme invincibile pentru o afacere online de succes.



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**



## Construiește-ți o prezență online

Prezența online este extrem de importantă în era digitală. Dacă ai o afacere este esențial să fii prezent online, pentru a o putea promova. Înainte de asta însă, vei afla cât este de importantă planificarea ca etapă în procesul construirii unui website de la A la Z.

### Website

Chiar dacă ai o afacere mică, website-ul este foarte important deoarece potențialii cumpărători în stadiul de prospectare, vor căuta în primul rând website-ul pentru mai multe informații.

Mulți antreprenori au concepția greșită că este nevoie de un website developer și de foarte mulți bani și de aceea nici nu iau în considerare construirea unui website.

### Social Media

Trebuie să te axezi pe un singur canal pe care să îl stăpânești foarte bine, iar apoi să treci la un al doilea. Desigur, există nenumarate canale de social media, dar înainte de a alege unul, trebuie să înțelegi în primul rând din cine este formată audiența ta și cine este clientul tău target.

Dacă ai o afacere de tip B2C (business to consumer), cele mai potrivite canale pentru a te promova sunt: Facebook, Instagram, Tik-Tok, Youtube.





UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

**Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate**

**Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale**

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

În funcție de tipul produsului pe care îl vinzi, dacă te bazezi foarte mult pe aspectul produsului, atunci trebuie să te axezi pe Instagram. Produse cu potențial vizual mare sunt cele aflate în categoriile fashion, beauty, décor, travel, etc.

Dacă în schimb afacerea ta oferă servicii sau altfel de produse decât cele menționate mai sus, o platformă mai bună ar fi Facebook.

Pentru a-ți promova afacerea sub formă de conținut video, cele mai bune platforme pentru asta sunt Tik-Tok și Youtube, dar care necesită foarte mult timp și experiență în producerea acestui tip de conținut la standard înalt pentru a vedea rezultate.

Dacă ai o afacere de tip B2B (Business to Business), deci clienții tăi sunt alte afaceri, atunci ai cele mai bune șanse să ajungi la audiența ta pe platforma profesională LinkedIn. Aceasta are un potențial foarte mare, deoarece poți să “atingi” foarte multe persoane interesate, fără a plăti promovare, spre deosebire de platforme precum Instagram și Facebook.

Indiferent de tipul de afacere (B2C sau B2B), pe social media sunt câteva lucruri de care trebuie să ții cont:

### 1. Trebuie să crești numărul organic de urmăritori/fani

Acest lucru necesită prezență și activitate zilnică pe platformă (oricare dintre ele) și interacțiune din partea ta cu alte persoane sau afaceri din aceeași nișă cu afacerea ta. Trebuie să fii activ/ă și să comentezi sau să placi alte postări, iar în același timp, să folosești hashtaguri (#) la postările tale pentru ca ele să poată fi văzute și de persoane în afara celor care deja te urmăresc.

### 2. Trebuie să construiești conținut pe brand

Asta înseamnă că trebuie să ții cont de detaliile brand-ului tău (culori, tipuri de font-uri, logo, etc.) în tot conținutul pe care îl postezi pe social media, în același fel în care ai face-o pe website. Consecvența și consistența postărilor tale pe social media va avea ca rezultat recunoașterea brand-ului tău în timp.

### 3. Trebuie să iei în considerare un buget de promovare pe social media

În funcție de mărimea afacerii tale, poți să setezi un buget lunar pentru promovare, care să îți aducă în schimb clienți, nu doar fani/urmăritori.

Acest lucru poate fi posibil dacă ai o imagine amănunțită în ceea ce privește persoana din spatele clientului tău ideal. Asta înseamnă să cunoști vârsta, locația, interesele persoanei respective cât și sexul.



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**



### Google

Google este o unealtă foarte puternică pe care mulți antreprenori o scapă din vedere. Dacă ai o afacere tradițională și nu operezi strict online, este esențial să ai o prezență pe Google.

#### De ce?

Pentru că acesta este primul loc unde oamenii merg atunci când vor să caute ceva. Fie că este vorba de un produs, un brand, informații despre locația unei afaceri, pe Google se bazează marea majoritate a cumpărătorilor atunci când prospectează piața.

Cum poți să îți întărești prezența pe Google?

În primul rând, trebuie să creezi un profil pentru afacerea ta. Asta este foarte simplu și nu necesită foarte mult timp. Beneficiile sunt că afacerea ta va fi găsită mai ușor, expunerea va fi mai mare, iar potențialii clienți vor putea intra în contact cu tine mai ușor.

Oferă posibilitatea clienților de a oferi testimoniale în Google. Dacă esti sigur/ă de calitatea produselor sau serviciilor tale, testimonialele te pot ajuta foarte mult.

Dacă un potențial client care nu a auzit niciodată de afacerea ta, descoperă profilul tău pe Google și vede foarte multe testimoniale pozitive, va fi mai înclinat să cumpere de la tine.

În același timp, la fel cum testimonialele pozitive te pot ajuta să îți crești afacerea, cele negative au potențialul de a te scoate din business.

## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168

# DEZVOLTAREA AFACERII ONLINE

## E-Mail Marketing

E - mail marketing reprezintă un [canal de marketing](#) direct prin care păstrăm legătura cu o audiență și o trecem pe aceasta de la stadiul de potențial client la client actual cu ajutorul comunicării prin email.



De ce ar trebui să-ți pese de email marketing?

Dacă ești cât de cât interesat de [social media marketing](#) ești deja obișnuit cu mersul lucrurilor. Apare o platformă nouă social media, tot mai mulți oameni își fac cont, apoi oamenii de marketing se alătură și ei. La început aceștia au rezultate extraordinare cu costuri minime. Dar apoi, încet, încet, acestea încep să scadă, până ajungi în situații, cum este cazul astăzi pe Facebook, când doar [3% din cei care ți-au dat Like](#) paginii îți văd în medie postările.

Adevărul este că în social media marketing, precum și în alte [strategii de marketing](#), noi nu deținem controlul comunicării cu audiența. Oricât de bine ar merge lucrurile la un moment dat, depindem totuși de schimbările ce pot avea loc în cadrul acestor platforme. Nu este și cazul email marketing.

Principalul avantaj al acestui canal de comunicare este faptul că tu deții controlul relației cu audiența. Nici un CEO nu poate veni să-ți spună că dacă vrei să ajungi la audiența ta, trebuie să plătești în plus. Chiar dacă, să spunem, faci o schimbare de la o platformă de email la alta, baza de date cu adrese de email este tot a ta și îți poți continua treaba fără mari probleme.

Dincolo de faptul că avem control asupra comunicării cu audiența, email marketing-ul mai are și alte avantaje:



UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

- Poate fi automatizat.** Este visul oricărui antreprenor sau om de marketing să aibă o mașinărie automată care să genereze vânzări. Email marketing este instrumentul cel mai apropiat de perfecțiune pentru a reuși acest lucru și vom vedea mai jos cum o putem face și noi.
- Ai costuri mici.** Platformele de marketing sunt mult mai ieftine comparativ cu alte metode de a face marketing. Costurile acestora variază de la zero la câteva sute de dolari pe lună, în funcție de câți abonați avem.
- Foarte eficient în creșterea vânzărilor.** Email marketing-ul este printre cele mai bune instrumente de marketing online pentru a converti potențialii clienți. În special [în partea de jos a pâlniei de vânzări](#), sunt puține [modalități mai bune](#) de a transforma potențialii clienți în clienți plătitori. Citește și: [Vrei un plan de marketing? Uite aici o alternativă mai bună \(cu model inclus\)](#)

În funcție de proiectul tău, poți folosi email marketing-ul pentru obiective diferite. Dacă ai un blog, principalul scop este probabil acela de a aduce oamenii înapoi pe site. Ca magazin online, poți face campanii de marketing direct sau de conversie a celor care au abandonat un coș de cumpărături cu produse în el. Mai mult, sunt persoane care au [construit un business întreg](#) doar în jurul emailului și a unui newsletter.

Email marketing poate fi comparat cu un ingredient extraordinar a unei rețete ce conține și alte ”produse” pentru a putea avea succes.

- ✓ Nu poți face e-mail marketing, dacă restul prezenței online este inexistentă.
- ✓ Nu poți face e-mail marketing cu succes, dacă nu vei scrie conținut valoros pentru cititorii tăi...
- ✓ Nu poți face e-mail marketing fără a integra și alte instrumente pentru a avea o strategie de digital marketing amplă.



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**



## Optimizarea

SEO este acronimul de la expresia englezească “Search Engine Optimisation” ceea ce în limba română s-ar traduce ca optimizarea site-ului pentru motoarele de căutare. Optimizarea SEO reprezintă o serie de tehnici prin care ajutăm motoarele de căutare să înțeleagă cât mai bine care este conținutul unui website. Acest lucru înseamnă că, atunci când cineva caută pe internet cuvinte sau fraze asociate afacerii tale, site-ul tău are șanse mai mari să fie afișat în rezultatele motoarelor de căutare dacă ai implementat o strategie bună de SEO. Acest lucru îți va aduce mai multe vizite pe site și implicit mai multe vânzări.

În fiecare zi milioane de oameni caută ceva online. De la informații despre un produs, până la oferte de vacanțe sau recenzii despre un restaurant. Acest lucru înseamnă că există milioane de oportunități ca afacerea ta să apară în aceste rezultate de căutare.

Însă, doar prezenta website-ului în rezultatele motoarelor de căutare nu este suficientă. Conform statisticilor, 75% dintre utilizatorii de internet nu vor trece niciodată de prima pagină la o căutare pe Google. Cu alte cuvinte, dacă site-ul tău nu se află pe prima pagină, nu prea ești ca și afacere în mediul online.

La nivel de bază, optimizarea SEO se împarte în 2 mari ramuri: optimizarea On-Page și optimizarea Off-Page.

## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

### Optimizarea On-Page

Motoarele de căutare nu vizualizează site-urile așa cum le vizualizăm noi. Ele au formate și algoritmi care citesc codul (limbajul de programare) din spatele acestuia pentru a înțelege despre ce este vorba în site. Unul dintre rolurile optimizării SEO on-page este acela de a face algoritmi să înțeleagă conținutul website-ului. Totodată prin optimizarea SEO on-page ne asigurăm că site-ul este relevant și pentru vizitatorii săi. Optimizarea on-page include mai mulți factori: cuvintele cheie, optimizarea tehnică și optimizarea conținutului.

### Optimizarea off-page

După ce învață conținutul site-ului, acești algoritmi trec mai departe și scanează internetul pentru a afla cum este percepută afacerea în mediul online. În acest caz prin optimizarea SEO off-page se conturează prezența afacerii, dincolo de site. Atunci când vine vorba despre optimizarea offline, cu cât site-ul tău primește mai multe linkuri de calitate, iar afacerea este menționată în mai multe site-uri cu autoritate, este prezentă pe Platformele Sociale și are o imagine pozitivă, algoritmi Google o vor afișa mai des și o vor poziționa mai sus în rezultatele de căutare.



## Marketing pe motoare de căutare

SEM este prescurtarea, folosită și în românește, a termenului englez Search Engine Marketing, însemnând în traducere „marketing prin motoare de căutare” (pentru Internet). Acest acronim este folosit pentru a desemna atât activitățile de promovare plătită (prin intermediul motoarelor de căutare) cât și promovarea prin tehnici SEO (Search Engine Optimization). În prezent însă, termenul SEM este deseori folosit pentru a desemna doar activitățile de promovare plătită. Astfel, SEO este o parte componentă a SEM și nu invers.

SEM are două componente principale:

- promovarea plătită (prin anunțuri și reclame plătite direct către motoarele de căutare)
- promovarea prin tehnici SEO (redactare de blog-uri și articole, link-building, optimizare prin cuvinte, promovare prin social media).





UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

**Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate**

**Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale**

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

SEM sau marketingul prin motoare de căutare este folosit pentru promovarea de site-uri și bloguri în listele de rezultate, care sunt afișate în momentul în care un utilizator tastează un anumit termen sau o expresie într-un motor de căutare.

„SEM încorporează SEO, dar marea diferență dintre cele două este că prin SEO câștigi trafic prin modalități gratuite, dar SEM include și modalități plătite de promovare. Practic, SEM folosește motoarele de căutare pentru a face reclamă siteului, dar SEO are ca scop obținerea organică de trafic.”

Administratorul sau proprietarul unui site sau al unui blog licitează sau plătește o sumă de bani unui motor de căutare pentru ca site-ul sau blogul său să fie afișat preferențial în lista de rezultate. În funcție de suma licitată, anunțul (url-ul site-ului său) va fi afișat fie la începutul listei de rezultate, fie în dreapta sa, fie la final. Aceste anunțuri sunt afișate în funcție de cuvintele cheie (termenii după care utilizatorii operează căutări) pentru care beneficiarul a licitat.

Anunțurile plătite nu sunt influențate în niciun fel de poziționarea organică a unui site. Beneficiarul plătește pentru ca site-ul său să se poziționeze mai bine decât ar face-o în mod natural. Spre exemplu, proprietarul unui site care comercializează mașini second-hand ar putea licita pentru expresia „automobile second-hand”. Astfel, în momentul în care un utilizator va tasta expresia „automobile second-hand” în motorul de căutare, site-ul acestuia va apărea în lista de rezultate. În funcție de sumele licitate și numărul de advertiseri, un site se poate poziționa în capul listei de rezultate, în dreapta acesteia sau la final. Fiecare dintre aceste poziții sunt considerate poziții „avantajoase” însă cea mai dorită poziție este în capul listei. Suma licitată influențează foarte mult poziționarea.

Cea mai comună tehnică de promovare SEM mai este cunoscută sub denumirea de „campanie pay-per-click”; beneficiarul plătește doar în momentul în care un utilizator a accesat site-ul său (a dat un click). Acesta licitează o anumită sumă pentru fiecare click și stabilește un buget fix pentru campania ppc sau plătește lunar, săptămânal sau zilnic, în funcție de numărul de click-uri. Dacă acesta a stabilit un buget fix, atunci când bugetul său este epuizat, afișarea anunțului este întreruptă. Dacă nu a stabilit o limită, va fi taxat de către motorul de căutare în funcție de numărul de click-uri din luna, săptămâna sau ziua respectivă.

Anunțurile plătite sunt de departe cea mai uzitată formă de marketing prin motoare de căutare.

Cu toate acestea, există și alte forme de promovare prin SEM:



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

- **Reclamele plătite** – Acestea sunt afișate pe site-urile afiliate motoarelor de căutare. Aceste site-uri sunt plătite de motoarele de căutare pentru a afișa aceste reclame. De regulă, site-ul afiliat pe care este afișată o reclamă plătită trebuie să aibă legătură cu domeniul în care activează site-ul care își face publicitate.
- **Campaniile „pay-per-call”** – Aceasta este o formă relativ nouă de promovare SEM care se aplică doar utilizatorilor care operează căutări de pe telefonul mobil. Această metodă presupune ca beneficiarul să plătească doar în momentul în care este contactat telefonic de un client care a văzut anunțul pe telefonul său.



## Avantajele publicității prin motoarele de căutare



UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

**Optimizare pentru motoare de căutare** sau **Search Engine Optimization (SEO)**, este un proces de perfecționare (favorizare) a vizibilității site-urilor web sau paginilor web în cadrul ordonării rezultatelor căutării în lista făcută de motorul de căutare. SEO este o subcategorie a marketing-ului online SEM, practică apărută în anul 1990, odată cu apariția primelor site-uri pe Internet, și care reprezintă totalitatea tehnicilor prin care un site web este adus la o formă în care este propulsat mai sus în lista de rezultate date de un motor de căutare pentru diverse cuvinte-cheie, astfel mărindu-se traficul calitativ al site-ului și experiența oferită utilizatorilor. Această „industrie” relativ nouă implică un set de operații efectuate de echipa de promovare în sensul creșterii pozițiilor unui site web în lista de rezultate ale căutărilor, pentru anumite cuvinte sau expresii cheie, interesante și relevante din punctul de vedere al afacerii respective.

- Promovarea geo-localizată;

Prin Publicitate locală îți permite să găsești clienți care sunt apropiați de locul în care îți desfășoară activitatea. Ai multe opțiuni pentru a rula reclame locale fie ca vorbim despre motoare de căutare, rețele sociale, directoare locale sau situl cu review-uri limitarea reclamelor la proximitatea ta îți va aduce notorietate în zona.

Serviciul de Publicitate locală online a schimbat modul în care cumpărători și vânzători intră în contact. Motoarele de căutare, directoarele online siturile pentru review-uri și rețelele sociale au luat locul cărților de telefon cu toate că aceste servicii sunt disponibile global oricui și oriunde ele îți oferă instrumente pentru a se adresa unei audiențe locale în continuare vom discuta despre fundamentele promovării locale afacerii tale, apoi vom afla de ce este importantă publicitatea locală, unde poți cumpăra reclame locale și ce mai poți face pentru a ajunge la clienții din apropierea ta.

Cu publicitate locală poți ținti oamenii care se află fizic în apropierea magazinului tău, multe canale de advertising online locale oferă funcționii ce îți poți afișa reclamele doar în timpul programului de lucru și poți îndruma oamenii către magazinul tău direct de pe mobil ori tabletă, de asemenea le poți oferi opțiunea de a te suna dintr-o singură apăsare sau îi poți lăsa să se uite peste toată testimonialele tale de nota zece.

- Publicitatea pe rețelele sociale;

Aproape orice afacere poate utiliza marketingul pe rețelele sociale, dat fiind că rețelele sociale sunt platforme de publicitate „de autoservire”, unde companiile își pot crea și lansa propria campanie publicitară. Există sute de rețele sociale pe care întreprinderile pot face publicitate, de pe platforme majore precum



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

**Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate**

**Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele de vârstă de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale**

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

Facebook și Instagram sau de pe platforme de nișă mai puțin cunoscute. În general, companiile aleg una sau două pentru a face publicitate pe baza cărora se potrivește cel mai bine publicului lor țintă. Mai întâi, găsiți platformele potrivite pentru a vă promova afacerea. Luați în considerare publicul țintă și ce rețele utilizează cel mai probabil. Deși rețelele sociale de top precum Facebook și Instagram au baze de utilizatori suficient de mari pentru a se potrivi cu aproape orice public țintă, nu trece cu vederea alte rețele sociale. De exemplu, un restaurant ar fi foarte potrivit pentru publicitate pe Yelp, în timp ce un furnizor de educație executivă ar fi potrivit pentru a face publicitate pe LinkedIn.

După ce ați selectat rețelele sociale pe care doriți să le faceți publicitate, creați un cont de agent de publicitate, cum ar fi un cont Facebook Ads Manager pentru cei care fac publicitate pe Facebook și Instagram. Deși fiecare platformă de publicitate funcționează puțin diferit, cele mai multe funcționează în cele din urmă într-un mod similar. De exemplu, în Facebook Ads Manager, faceți clic pe butonul „Creați” pentru a începe noul proces de creare a campaniei publicitare, unde veți fi condus prin fiecare pas de la început până la sfârșit.

Avantajele marketingului pe rețelele sociale se învârt adesea în jurul creșterii gradului de conștientizare a mărcii și generării de clienți potențiali, dar acestea nu fac decât să zgârie suprafața motivului pentru care companiile ar trebui să facă publicitate pe rețelele sociale. Unul dintre cele mai mari motive pentru a face publicitate pe rețelele sociale este că este un mod rentabil de a ajunge exact la persoanele pe care doriți să le vizați. Oamenii se uită, de asemenea, la rețelele sociale pentru a găsi produse sau servicii noi, iar pentru companii, rețelele sociale plătite au o rentabilitate ridicată a cheltuielilor publicitare. Instrumente de marketing pentru rețelele sociale (opțional): Deși nu este o cerință să utilizați instrumente de marketing pentru rețelele sociale, multe companii optează pentru că vă pot economisi timp programând postări sau vă pot ajuta să creați pagini de destinație mai bune, cu o rată de conversie mai mare. Există o serie de instrumente disponibile pentru a ajuta companiile să comercializeze mai eficient piața socială, iar prețurile variază de la gratuit la peste 50 USD pe lună.

Companiile care fac publicitate pe rețelele sociale au o mare autonomie atunci când vine vorba de a alege cât cheltuiesc. Cât de mult alocă o companie publicității pe rețelele sociale, inclusiv modelul de stabilire a prețurilor, cheltuielile publicitare, instrumentele și serviciile în mod colectiv.

Rețelele de socializare, ca regula, nu conțin o cantitate mare de informație care sustrag atenția, și care să fie capabilă să influențeze negativ asupra atenției potențialului client anume cu referire la publicitatea dvs. Deasemeni, este foarte important ca să fie utilizată corect acest avantaj al rețelelor de socializare, și în aceasta va va ajuta profesionistii «SEMSEO». Un avantaj indiscutabil al rețelelor de socializare mai este și viteza cu



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

**Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate**

**Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale**

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

care este respinsă informația. Obținând un client dintr-un utilizator, adăugându-l în contacte, nimeriți deodată în banda de noutăți a noului grup de utilizatori de pe internet.

Ce poate fi mai eficient și mai rapid decât o astfel de publicitate? Fiti întotdeauna aproape de partenerii dvs, conduceți afacerea dvs într-un ritm cu timpul, depășiți concurenții dvs corect, utilizând posibilitatea care o oferă rețelele de socializare. Compania noastră cunoaște toate abordările necesare, pentru ca rețelele de socializare să servească nu doar ca distracție, dar ca să vă deservească, ca o sursă stabilă de profit.

Toată lumea folosește rețelele sociale, iar compania ta ar trebui să facă la fel. Profitați de rețelele sociale populare înțelegând motivele pentru care trebuie să fiți prezent acolo, alăturându-vă celor potrivite și dezvoltându-vă prezența prin interacțiuni cu cercurile sociale online.

- Gestionarea brandului pe rețelele sociale;

Rețelele de socializare sunt un instrument puternic de comunicare ce permit companiilor să ajungă la publicul țintă, în timp ce brand-ul va crește în timp împreună cu numărul de clienți. Dacă tehnicile de marketing sunt aplicate corect în social media, alături de diverse alte tehnici SEO și SEM, website-ul și afacerea ta online vor crește în mod natural. Prin conținut de calitate se pot construi legături relevante, implicit creșterea traficului, a conștientizării brandului și fidelizarea clienților. Dacă vă luptați cu strategii, management și publicitate, noi vă putem ajuta!

Managementul rețelelor sociale plasează brandul în conversație cu clienții săi. Este o oportunitate de a participa într-un mod relevant în viața lor, cu conținut memorabil și folositor. Facebook, LinkedIn sunt deja clasicele rețele sociale care au strâns miliarde de utilizatori. Nu poți fi relevant în interacțiunea cu ei fără o strategie bine pusă la punct. Social media presupune un stil de comunicare direct și natural care îți poate răspunde nevoilor de business: generare de leaduri, vânzare, promovare și informare a clienților.

Iată cum:

- Plan editorial – menținem o frecvență constantă a postărilor, urmărind diferite linii de conținut relevante și în ton cu strategia de comunicare
- Tone of voice – brandul tău va comunica pe rețelele sociale la fel ca în conversațiile reale. Valorile brandului se vor regăsi în modul sau unic de a se exprima



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA







## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

- Social media listening – analizăm subiectele importante pe care clienții tăi le preferă și dezvoltăm conținut pe aceste teme. Ne menținem mereu la curent cu noutățile din domeniu
- Relații cu clienții – prin administrarea paginilor tale urmărim permanent comentariile fanilor și răspundem cât mai repede pentru a-i ajuta și lămurii în dilemele lor. Răspundem rapid mesajelor lor cu sugestii și trimiteri către website. Fiecare interacțiune este o ocazie de aprofundare a relațiilor cu clienții
- Măsurarea impactului – urmărim reacțiile comunității și fanii cei mai apropiați care se pot transforma în avocați ai brandului. Identificăm tipul de conținut care a fost bine primit de publicul tău, precum și noile teme de interes care apar la orizont.



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ



IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

## Promovarea pe dispozitivele mobile

Marketingul mobil denumit și m-commerce, este o tehnică de marketing multicanal online pentru dispozitive mobile cum ar fi smartphone, smartwatch, tablete, laptop, prin intermediul rețelelor fără fir Wi-Fi, bluetooth. Marketingul pe mobil este concentrat pe atingerea unui anumit segment de public și poate oferi clienților informații personalizate în timp real care promovează bunuri, servicii și idei de comercializare.

Activitatea de marketing mobil este reprezentată prin Mobile Marketing Association (MMA), o asociație globală cu 800 de membri care promovează acest mod de publicitate și marketing. În urma forumului organizat de MMA pe 17 noiembrie 2009 la Los Angeles, definiția marketing mobil a fost reactualizată astfel: „Mobile Marketing reprezintă un set de practici care permit organizațiilor să comunice și să angreneze audiența printr-o metodă interactivă și relevantă cu ajutorul oricărui terminal mobil sau a unei rețele”.

Marketingul mobil s-a dezvoltat din anii 2000, când operatorii de telefonie mobilă au implementat rețele de interoperabilitate în întreaga lume și telefoanele mobile au fost conectate la internet. Primele utilizări ale marketingului mobil au fost anterior limitate la utilizarea simplă a SMS-urilor. În anul 2016, dispozitivele



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

mobile au generat vânzări în valoare de 60 de miliarde de dolari, cele mai recente predicții indică faptul că 60% din publicitatea online în 2018 va fi dedicată dispozitivelor mobile.

Marketingul mobil poate fi utilizat în diverse domenii:

- **Divertisment:** divertismentul în mass-media a jucat un rol primordial în aplicațiile pe internet și este probabil cea mai populară utilizare prin numeroase aplicații: jocuri video (bannere pop-up), imagini (anunțuri bazate pe imagini) sau videoclipuri, muzică, jocuri de noroc, pariuri sportive, descărcări de fișiere etc.
- **Sănătate:** prin utilizarea tehnologiei de marketing mobil, medicii și asistentele medicale pot accesa și actualiza imediat dosarele medicale ale pacienților. Acest lucru îmbunătățește eficiența și productivitatea, reduce costurile administrative, crește calitatea serviciilor.
- **Trafic:** determină poziția șoferului, a vehiculului, oferă instrucțiuni, informații despre trafic, ghid.
- **Călătorii și bilete:** oferte pentru cel mai apropiat hotel, bilete online.
- **Urmărirea stocului, a expedierilor și a inventarului:** marketingul mobil permite unei firme să țină evidența transporturilor, pentru a face livrări eficiente, îmbunătățind astfel satisfacția consumatorilor.
- **Comerț, pentru tranzacții și plăți:** Utilizatorii își pot verifica conturile bancare, efectua transferuri fără a se deplasa la bancă, pot plăti facturi, amenzi etc.



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**



- **Integrarea campaniilor de mobilă**

Mesajele de marketing transmise prin conexiunile fără fir pot fi clasificate în funcție de modalitățile tehnice prin care acestea sunt trimise. Există mai multe metode de purtare a mesajului de marketing mobil:

- **SMS:** această metodă de comunicare reprezintă prima metodă de comunicare care a fost folosită în mobile marketing. SMS-ul poate fi trimis în masă cu costuri reduse iar țintirea poate fi făcută în funcție de o multitudine de date demografice deținute de rețelele de telefonie mobilă. Tehnologia actuală permite utilizatorilor să aibă un răspuns rapid la mesajul de marketing.
- **MMS:** a apărut ca o îmbunătățire a serviciului de SMS, ce permite expedierea de mesaje care să conțină atât caractere alfanumerice, cât și fișiere imagini și audio/video.
- **EMS:** este o tehnologie intermediară, între SMS și MMS, cu care se poate trimite și primi mesaje care au formatare text specială (cum ar fi caractere aldine sau italice), animații, imagini, pictograme, efecte sonore și tonuri de apel speciale.
- **E-mail:** E-mail reprezintă una dintre cele mai populare metode de comunicare; permite comunicarea prin text, imagini, clipuri video și orice alt tip de fișier atașat.
- **Aplicații mobile:** aceste aplicații instalate pe dispozitiv, oferă posibilitatea utilizatorilor de a obține serviciile dorite mai eficient deoarece programele sunt proiectate exact pentru obiectivele pe care trebuie să le atingă.



UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

- Rețele de socializare: firmele utilizează site-uri de rețele de socializare în comunicarea cu clienții pentru creșterea audienței propriilor pagini web, împreună cu informații despre produsele și serviciile sale. Unele dintre cele mai populare rețele de socializare sunt Facebook, Flickr, LinkedIn, Instagram, Pinterest, Twitter, YouTube, Google+.

- **Publicitatea pe alte site-uri:**

Cu ajutorul cookie-urilor, publicitatea este mai eficientă. Fără cookie-uri, este mai dificil ca un advertiser să se adreseze publicului său sau să afle câte anunțuri au fost afișate și câte clicuri s-au înregistrat.

Numeroase site-uri web, de exemplu, site-urile de știri și blogurile, colaborează cu Google pentru a afișa anunțuri utilizatorilor. În colaborarea cu partenerii, se pot utiliza cookie-uri din mai multe motive. De exemplu, pentru a evita afișarea la nesfârșit a aceluiași anunț, pentru a detecta și a opri fraudă prin clicuri și pentru a afișa anunțuri care pot fi mai relevante (cum ar fi anunțurile afișate în funcție de site-urile web pe care le-ați accesat).

O înregistrare a anunțurilor pe care le difuzăm este stocată în jurnalele noastre. Aceste jurnale de server includ de obicei solicitarea web, adresa IP, tipul de browser, limba browserului, data și ora solicitării, precum și unul sau mai multe cookie-uri care pot identifica browserul în mod exact. Stocăm aceste date din mai multe motive, dintre care cele mai importante sunt îmbunătățirea serviciilor și păstrarea securității sistemelor noastre. Anonimizăm aceste date de jurnal eliminând o parte din adresa IP (după 9 luni) și informațiile asociate cookie-urilor (după 18 luni).

### Alte tehnologii utilizate în publicitate

Sistemele de publicitate Google pot utiliza alte tehnologii, inclusiv Flash și HTML5, pentru funcții precum afișarea formatelor de anunțuri interactive. Putem utiliza adresa IP, de exemplu, pentru a identifica locația dvs. generală. De asemenea, putem selecta anunțurile în funcție de informațiile despre computerul sau dispozitivul pe care îl utilizați, de exemplu, modelul de dispozitiv, tipul de browser sau senzorii din dispozitiv, cum ar fi accelerometrul.

- **Locația**

Produsele de publicitate Google pot să primească sau să deducă informațiile despre locația dvs. din diferite surse. De exemplu, se poate folosi adresa IP pentru a vă stabili locația aproximativă, dispozitivul mobil poate



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

transmite locația dvs. exactă, se poate deduce locația din interogările de căutare, iar site-urile sau aplicațiile pe care le folosiți pot trimite informații despre locația dvs. Google folosește informațiile despre locație în produsele sale publicitare pentru a deduce informații demografice, pentru a îmbunătăți relevanța anunțurilor afișate, pentru a măsura performanța anunțurilor și pentru a raporta statistici agregate advertiserilor.

### ➤ Identificatorii de publicitate pentru aplicațiile mobile

Pentru a difuza anunțuri în cadrul serviciilor fără cookie-uri (de exemplu, în aplicațiile mobile), Google poate să folosească tehnologii care îndeplinesc funcții similare cu cele ale cookie-urilor. Uneori, Google conectează identificatorul folosit pentru publicitate în aplicațiile mobile cu un cookie publicitar de pe același dispozitiv, pentru a coordona anunțurile din aplicațiile mobile și din browserul mobil. Acest lucru se poate întâmpla, de exemplu, când vedeți un anunț în cadrul unei aplicații care lansează o pagină web în browserul mobil. Acest lucru ne ajută să îmbunătățim rapoartele oferite advertiserilor privind eficiența campaniilor lor.

Pentru a renunța la anunțurile personalizate în aplicațiile de pe dispozitivul mobil, urmați instrucțiunile de mai jos.





UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

### ➤ Android

1. Găsiți Setările Google în una dintre aceste locații (în funcție de dispozitiv):

- a. o aplicație separată numită **Setări Google**;
- b. în aplicația **Setări** principală, derulați în jos și atingeți **Google**.

2. Atingeți **Anunțuri**

3. Activați opțiunea **Renunțați la anunțurile bazate pe interese**

### ➤ iOS

Dispozitivele cu iOS folosesc Identificatorul de publicitate Apple. Pentru a afla mai multe despre opțiunile dvs. privind utilizarea acestui identificator, accesați aplicația **Setări** pe dispozitivul dvs.

Cum se stabilește ce anunțuri Google se afișează?

Uneori, anunțul afișat este bazat pe locația dvs. actuală sau anterioară. De obicei, adresa IP este un bun indicator al locației aproximative. Astfel, este posibil ca pe pagina de pornire YouTube.com să vedeți un anunț care promovează un film care urmează să se lanseze în țara dvs. Sau pentru o căutare după termenul „pizza” se pot afișa rezultate pentru localuri din orașul dvs. care servesc pizza.

Uneori, anunțul pe care îl vedeți este bazat pe contextul unei pagini. Dacă vă uitați la o pagină cu sfaturi despre grădinarit, este posibil să vedeți anunțuri pentru echipament de grădinarit.

Uneori, se poate afișa un anunț pe web bazat pe activitatea dvs. în aplicații sau în serviciile Google, un anunț în aplicație bazat pe activitatea dvs. pe web sau un anunț bazat pe activitatea dvs. pe alt dispozitiv.

Uneori, anunțul pe care îl vedeți pe o pagină este difuzat de Google, dar este selectat de altă companie. De exemplu, poate v-ați înregistrat pe site-ul unui ziar. Din informațiile pe care le-ați specificat pe site-ul ziarului, acesta poate decide ce anunțuri să vi se afișeze și poate să folosească produsele de difuzare a anunțurilor Google pentru a prezenta anunțurile respective.



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

**Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate**

**Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale**

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

Este posibil să vedeți anunțuri și în produsele și în serviciile Google, inclusiv în Căutarea Google, pe Gmail sau pe YouTube, pe baza informațiilor (cum ar fi adresa de e-mail) comunicate advertiserilor, pe care aceștia le-au transmis mai departe către Google.

De ce se afișează anunțuri Google pentru produse la care m-am uitat?

Este posibil să se afișeze anunțuri pentru produse la care v-ați uitat anterior. Să presupunem că accesați un site care vinde crosse de golf, dar nu cumpărați crossele respective la prima vizită. Proprietarul site-ului poate dori să vă încurajeze să reveniți și să finalizați achiziția. Google oferă servicii cu ajutorul cărora operatorii site-urilor pot să direcționeze anunțurile către persoanele care le-au vizitat paginile.

Pentru aceasta, Google fie citește un cookie aflat deja în browser, fie plasează un cookie în browser când accesați un site despre golf (presupunând că browserul permite acest lucru). Când vizitați alt site care colaborează cu Google, care poate să nu aibă nicio legătură cu golful, este posibil să vedeți anunțuri pentru respectivele crosse de golf. Acest lucru se întâmplă pentru că browserul trimite același cookie la Google. La rândul său, Google poate să folosească cookie-ul respectiv pentru a difuza un anunț care vă încurajează să cumpărați acele crosse de golf.

Ulterior, când căutați crosse de golf pe Google, se pot afișa anunțuri personalizate pe baza site-ului de golf pe care l-ați accesat. Avem restricții în privința acestui tip de anunțuri. De exemplu, Google nu permite advertiserilor să selecteze un public în baza informațiilor sensibile, cum ar fi cele care privesc starea de sănătate sau convingerile religioase.



**CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ**

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020

## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168



## CUM SA FACI EXPORT ONLINE

Pentru a salva o copie a unui document Pages într-un alt format, trebuie să îl exportați în noul format. Acest lucru este util atunci când trebuie să trimiteți documentul unor persoane care utilizează un software diferit. Nicio modificare efectuată în documentul exportat nu afectează originalul.



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ  
IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

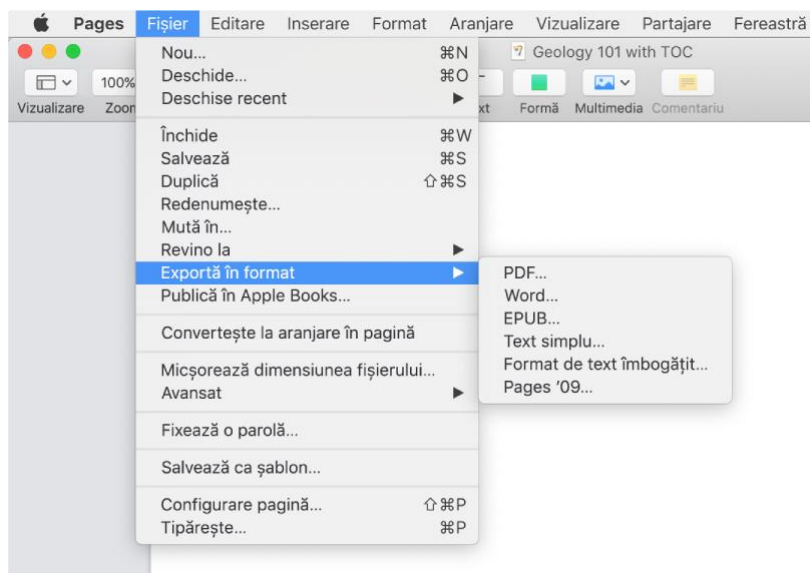
**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

Dacă ați adăugat marcaje sau editări folosind Adnotare inteligentă, acestea nu vor apărea în documentele Word, EPUB sau Pages '09 exportate. Într-un PDF exportat, adnotările apar dacă erau vizibile când l-ați exportat.

Notă: Dacă fișierul inițial are o parolă, aceasta se aplică și copiilor exportate în formatele PDF, Word și Pages '09, dar puteți schimba sau elimina parola.

Salvarea unei copii a unui document Pages într-un alt format

1. Deschideți documentul, apoi alegeți Fișier > Exportă în > [format fișier] (din meniul Fișier din partea de sus a ecranului).



2. Specificați configurările de export:

- PDF: Aceste fișiere pot fi deschise și uneori editate cu aplicații precum Previzualizare și Adobe Acrobat. Faceți clic pe meniul pop-up Calitate imagine, apoi alegeți o opțiune (cu cât calitatea imaginii este mai mare, cu atât dimensiunea copiei exportate va fi mai mare).
- Word: Dacă fișierul trebuie să fie compatibil cu o versiune mai veche de Microsoft Word (1997-2004), faceți clic pe Opțiuni avansate, apoi alegeți .doc din meniul pop-up.





UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

**Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate**

**Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale**

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**


- EPUB: Utilizați acest format pentru ca documentul să poată fi citit de un cititor de cărți electronice (cum ar fi Apple Books). Introduceți titlul și numele autorului, apoi selectați o opțiune pentru copertă.

Doar pentru documentele de procesare a textului, selectați un tip de aranjare în pagină. Un aranjament în pagină fix păstrează aranjarea în pagină a documentului dvs. și este mai potrivit pentru documentele cu mai multe coloane sau cu multe imagini. Un aranjament în pagină ajustabil se adaptează la dimensiunea și orientarea ecranului și le permite utilizatorilor să modifice mărimea fontului. Este mai potrivit pentru documentele cu mult text.

Pentru a configura funcții opționale, faceți clic pe triunghiul de dezvăluire de lângă Opțiuni avansate, apoi selectați o categorie, specificați limba documentului, configurați vizualizarea la una sau două pagini și alegeți dacă includeți tabla de materii sau încorporați fonturile.

- Text simplu (TXT): Textul de corp este exportat ca text neformatat, Casetele de text, formele, imaginile, liniile, tabelele și diagramele nu sunt exportate. Documentele de aranjare în pagină nu pot fi exportate în format TXT.

Sfat: Pentru a afla dacă aveți un document de procesare a textului sau de aranjare în pagină, faceți clic

pe  în bara de instrumente, apoi faceți clic pe Document. În cazul în care caseta de validare Corp document este bifată, documentul este unul de procesare a textului. În schimb, dacă această casetă de validare este nebifată, este un document de aranjare în pagină.

- Format de text îmbogățit (RTF): Textul de corp și tabelele sunt exportate ca text formatat (RTF) și tabele. Dacă documentul conține casete de text, forme, linii și diagrame care pot fi exportate, acestea vor fi exportate ca imagini, iar documentul va fi exportat în format RTFD. Este posibil ca alte aplicații să nu poată deschide un fișier RTFD. Documentele cu aranjament de pagină nu pot fi exportate în format RTF sau RTFD.
  - Pages '09: Acest format poate fi deschis cu Pages 4.0 până la 4.3 pe un Mac.
3. Dacă există o casetă de validare pentru parolă, efectuați una dintre următoarele acțiuni:
- Fixarea unei parole: Bifați caseta de validare „Solicitați o parolă pentru deschidere”, apoi introduceți o parolă. Aceasta se aplică doar copiei exportate.
  - Păstrarea parolei documentului inițial: Asigurați-vă că este bifată caseta de validare „Solicitați o parolă pentru deschidere”.



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

- Utilizarea unei parole diferite pentru copia exportată: Bifați caseta de validare „Solicitați o parolă pentru deschidere”, faceți clic pe Schimbă parola, apoi introduceți o nouă parolă.
  - Exportarea copiei fără o parolă: Debifați caseta de validare „Solicitați o parolă pentru deschidere”.
4. Faceți clic pe Următor, apoi introduceți un nume pentru document (fără extensia numelui de fișier, cum ar fi .pdf sau .epub, care se adaugă automat după nume).
  5. Introduceți una sau mai multe etichete (opțional).
  6. Pentru a alege locul de salvare a copiei exportate, faceți clic pe meniul pop-up Unde, alegeți un loc, apoi faceți clic pe Exportă.

Pentru a vedea mai multe locuri, faceți clic pe butonul săgeată de lângă meniul pop-up Unde (în macOS High Sierra 10.13, faceți clic pe butonul săgeată de lângă Salvează ca).

Exportarea unei cărți sau a altui document în format EPUB

Pentru a face posibilă citirea documentului într-un cititor de cărți electronice (precum Apple Books), îl puteți exporta în format EPUB.

1. Deschideți documentul, apoi alegeți Fișier > Exportă în > EPUB (din meniul Fișier din partea de sus a ecranului).
2. Introduceți informațiile solicitate:
  - Titlu și autor: Introduceți titlul și autorul pe care doriți să le vadă cititorii, dacă doriți să-l publicați.
  - Copertă: Utilizați prima pagină a documentului sau selectați un fișier imagine.
  - Aranjament: Pentru un document de procesare a textului, puteți selecta „Aranjament fix” pentru a păstra aranjamentul paginii, sau Ajustabil, astfel încât cititorii să poată ajusta dimensiunea și stilul fontului (lucru care poate să modifice cantitatea de conținut vizibil pe fiecare pagină). Documentele de aranjare în pagină pot utiliza doar un aranjament fix.
  - Categorie și limbă: Faceți clic pe Opțiuni avansate, apoi alocati o categorie pentru documentul EPUB și indicați limba documentului.
  - Afișare: Faceți clic pe Opțiuni avansate, selectați O singură pagină pentru a afișa pagină cu pagină sau Două pagini pentru a afișa o pagină dublă.



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ



IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

- Utilizați tabla de materii: Faceți clic pe Opțiuni avansate, apoi alegeți Utilizează tabla de materii dacă doriți să includeți tabla de materii pe care ați creat-o.
  - Încorporați fonturile: Faceți clic pe Opțiuni avansate, apoi bifați caseta de validare pentru a include fonturi TrueType și OpenType în documentul EPUB.
3. Faceți clic pe Următor, apoi introduceți un nume pentru document.

Extensia fișierului (.epub) este adăugată automat la numele documentului.

4. Introduceți una sau mai multe etichete (opțional).
5. Pentru a alege locul de salvare a documentului, faceți clic pe meniul pop-up Unde, alegeți un loc, apoi faceți clic pe Exportă.

Pentru a vedea mai multe locuri, faceți clic pe butonul săgeată de lângă meniul pop-up Unde (în macOS High Sierra 10.13, faceți clic pe butonul săgeată de lângă Salvează ca).

### Exportul unei prezentări

PowerPoint pentru Microsoft 365 PowerPoint 2019 PowerPoint 2016 PowerPoint 2013

Fișierul > Export vă ajută să vă modificați prezentarea într-un alt format, cum ar fi fișiere PDF, video sau imprimate prin Word. Toate aceste opțiuni sunt acoperite mai jos.

Dacă doriți pur și simplu să "exportați" un fișier (în formatul său curent. pptx) într-un alt sistem de stocare, cum ar fi o unitate flash, conectați unitatea flash la computer și utilizați fișierul > Salvare ca (sau Salvați o copie) pentru a salva noua locație.



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**



### ➤ Crearea unui fișier PDF

Puteți efectua conversia prezentării la PDF sau XPS pentru a o partaja cu alte persoane.

Faceți clic pe butonul Creare PDF/XPS .

În caseta Nume fișier , introduceți un nume pentru fișier, dacă nu ați făcut deja acest lucru.

În lista Salvare cu tipul , asigurați-vă că este selectat PDF (\*. pdf) .

Dacă doriți ca fișierul să se deschidă în formatul selectat, după salvare, bifați caseta de selectare Se deschide fișierul după publicare.

Dacă documentul necesită o calitate înaltă a imprimării, faceți clic pe Standard (publicare online și imprimare).



UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

**Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate**

**Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale**

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

Dacă o dimensiune de fișier mai mică este mai importantă decât calitatea imprimării, faceți clic pe dimensiune minimă (publicare online).

Faceți clic pe Opțiuni pentru a seta paginile de imprimat, pentru a alege dacă marcajul trebuie să fie imprimat și pentru a selecta opțiunile de ieșire. Faceți clic pe OK când ați terminat.

Faceți clic pe Publicare.

### ➤ Crearea unui videoclip

Puteți să transformați prezentarea într-un fișier video care poate fi vizionat fără a utiliza PowerPoint.

Consultați transformarea prezentării într-un videoclip pentru detalii.

Împachetarea unei prezentări pentru CD

Puteți să creați un pachet pentru prezentare și să îl Salvați pe un CD sau pe o unitate USB, astfel încât alte persoane să poată urmări prezentarea pe majoritatea computerelor.

Consultați împachetarea unei prezentări pentru o unitate flash CD sau USB pentru detalii.

Crearea de diapozitive imprimate

Dacă doriți să utilizați caracteristicile de editare și formatare din Word, puteți să lucrați și să imprimați diapozitivele imprimate utilizând Word.

### ➤ Modificarea tipului de fișier

Tipul de fișier schimbare este aceeași caracteristică ca comanda Salvare tradițională. Selectați tipul de fișier de bază pe care îl doriți, apoi faceți clic pe butonul Salvare ca . Fișierul original este păstrat în formatul său curent și este închis, iar o copie nouă a acestuia este deschisă și salvată în formatul pe care l-ați ales.

Publicare în Microsoft Stream

(Această caracteristică este disponibilă pentru abonații Microsoft 365 care fac parte dintr-o organizație.)



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA







## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

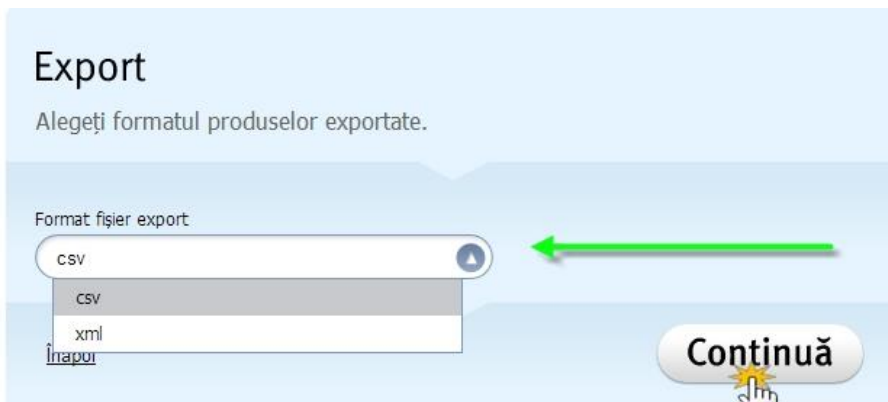
**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

După ce salvați prezentarea ca videoclip, puteți să încărcați videoclipul într-un site de partajare video, denumit Microsoft Stream, la care au acces doar persoanele din școala sau organizația dvs. Aceste persoane pot urmări videoclipul într-un browser.

### ➤ Salvarea unui document într-o locație pe disc

Salvarea inițială se realizează așa cum ați învățat în aplicațiile precedente: alegeți din Buton Office → Salvare (Office Button → Save). În fereastra care va apărea, în caseta Salvare cu tipul (Save as type) alegeți Document Word (Word Document (\*.docx)). Prin această alegere vor rezulta fișiere cu extensia .docx (cea mai cunoscută extensie a aplicației Word 2007). Introduceți în caseta Nume fișier (File name) numele noului fișier, selectați discul și dosarul (folder-ul) în care acesta să fie salvat și dați clic pe butonul Salvare (Save).

Pe parcursul lucrului în Word este indicat să faceți salvări intermediare Buton Office → Salvare (Office Button → Save).



## CUM SA FACI BRANDING PRIN VIDEO



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

Brandul este promisiunea pe care o faci clienților, partenerilor și angajaților tăi cu fiecare interacțiune. Când esența unui brand este înțeleasă, oferă nu numai un avantaj competitiv dar devine și o sursă de inspirație.

Luând în considerare ceea ce se scrie astăzi în toate articolele, conținutul video este rege și este o modalitate de comunicare cu publicul menită să rezite pe piață.

Videoclipurile au înregistrat o creștere semnificativă în popularitate, pentru că oamenii în mod natural prefer acest mijloc de comunicare.

Pentru a avea efectul dorit, trebuie să ai mesajul potrivit alături de prezentarea potrivită. Video este un mediu flexibil și ușor de adaptat în funcție de nevoile tale. Iată în ce situații poți folosi videoclipurile:

- ads: reclame video atât online cât și pe posturile de televiziune;
- videoclipuri explicative – utile în cazul introducerilor, proceselor, tutorialelor;
- videoclipuri de promovare: studii de caz, interviuri, testimoniale, recenzii de produs;
- cultura brandului: aici intră videoclipurile în care este prezentată compania, oamenii, cauzele în care crede compania;
- videoclip cu profil social: creat pentru a crește interacțiunea fanilor cu brandul, de a populariza o anumită idee, etc

### ❖ SFATURI PENTRU PARTEA DE PRODUCTIE VIDEO

1. Expune-ți viziunea. Asigură-te că toată lumea din echipă cunoaște și înțelege obiectivele și că fiecare decizie luată susține aceste obiective.

2. Oferă feedback ușor de înțeles și de acționat. Toți suntem de acord că timpul înseamnă bani, așa că fii specific și clar cu feedback-ul pe care îl oferi echipei de producție.

3. Aici detaliile sunt cele mai importante. Greșeli de continuitate, greșeli de scriere acolo unde se aplică, obiecte uitate în cadru, toate acestea dăunează considerabil felului în care se desfășoară producția videoclipului tău.



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

4. Ai încredere în profesioniști. Feedback-ul este important pentru a te asigura că viziunea ta este respectată, dar trebuie să ai încredere în talentul și abilitățile echipei cu care lucrezi pentru a avea rezultate de excepție.

5. Nu spune că rezolvați în post-producție. În timp ce este perfect adevărat că post producția îmbunătățește considerabil calitatea videoclipului, este important să aveți cadre foarte bune care să vă ușureze munca.



### ❖ DISTRIBUTIA VIDEOCLIPURILOR DE BRAND

- **Website** Când vorbim de ecosistemul digital al brandului tău, trebuie să menționăm prima dată website-ul, acolo este locul în care consumatorul ajunge atunci când își exprimă intenția de cumpărare. Plasând videoclipul pe prima pagină a site-ului faci clară importanța pe care o are pentru a înțelege ce face compania, în plus crește și timpul petrecut pe site și astfel relevanța sa în algoritmul
- **Google. Landing Page** Când derulezi o campanie, landing page-ul este zona în care se întâmplă conversia, iar plasarea unui videoclip în acea zonă îi va spori considerabil puterea și impactul. Un video creat special pentru landing page îi va convinge pe consumatori să ducă la capăt acțiunea începută și de asemenea, le va forma o impresie puternică ce va contribui la percepția de brand.
- **Blog** Secțiunea de blog de pe site oferă publicului răspunsurile la numeroase întrebări pe care publicul țintă le are, de la beneficiile unui produs la cum să îl folosească etc. Un articol de blog însoțit de un videoclip de branding este mult mai interesant, mai ușor de urmărit și are șanse mai bune de a fi distribuit. 18 Youtube Este primul loc în care vrei ca videoclipul tău să fie încărcat,



UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

- **Youtube** are 1,300,000,000 de accesări într-o zi. Cu asemenea numere gigantice, videoclipul tău are toate motivele să fie încărcat pe Youtube pentru că audiența ta cu siguranță își petrece timpul și acolo.
- **Facebook și Instagram** Facebook încearcă să rivalizeze cu Youtube atunci când vine vorba de conținutul video și incurajează încărcarea formatelor native direct în platformă, pentru a avea parte de o interacțiune mai bună. Publicul tău este adept al Facebook-ului și este foarte ușor pentru ei să găsească videoclipuri interesante. De asemenea, Instagram este o platformă foarte eficientă pentru încărcarea videoclipurilor scurte și a celor în plan vertical. Email Folosind cuvântul video în subiectul email-ului crește rata de deschidere cu cel puțin 20%, pentru că vizionarea unui videoclip în email este mai relevantă pentru public decât să citească un newsletter. Pentru un plus de creativitate, videoclipul poate fi inclus în semnătura de email a tuturor angajaților, astfel crescând în mod gratuit nivelul lui de expunere.

Conținutul video este un instrument puternic, ce va deveni din ce în ce mai folosit la nivel global datorită puterii sale de convingere. Incluzând în eforturile tale de branding și crearea de conținut video crești în mod semnificativ impactul pe care îl ai asupra publicului tău și contribui mai mult la formarea unei percepții de brand corecte. Indiferent de stilul pe care alegi să îl abordezi pentru următoarea campanie de branding, țineți minte că publicul își dorește să fie abordat prin intermediul conținutului, într-un mod cât mai distractiv și ușor de asimilat.



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





UNIUNEA EUROPEANĂ



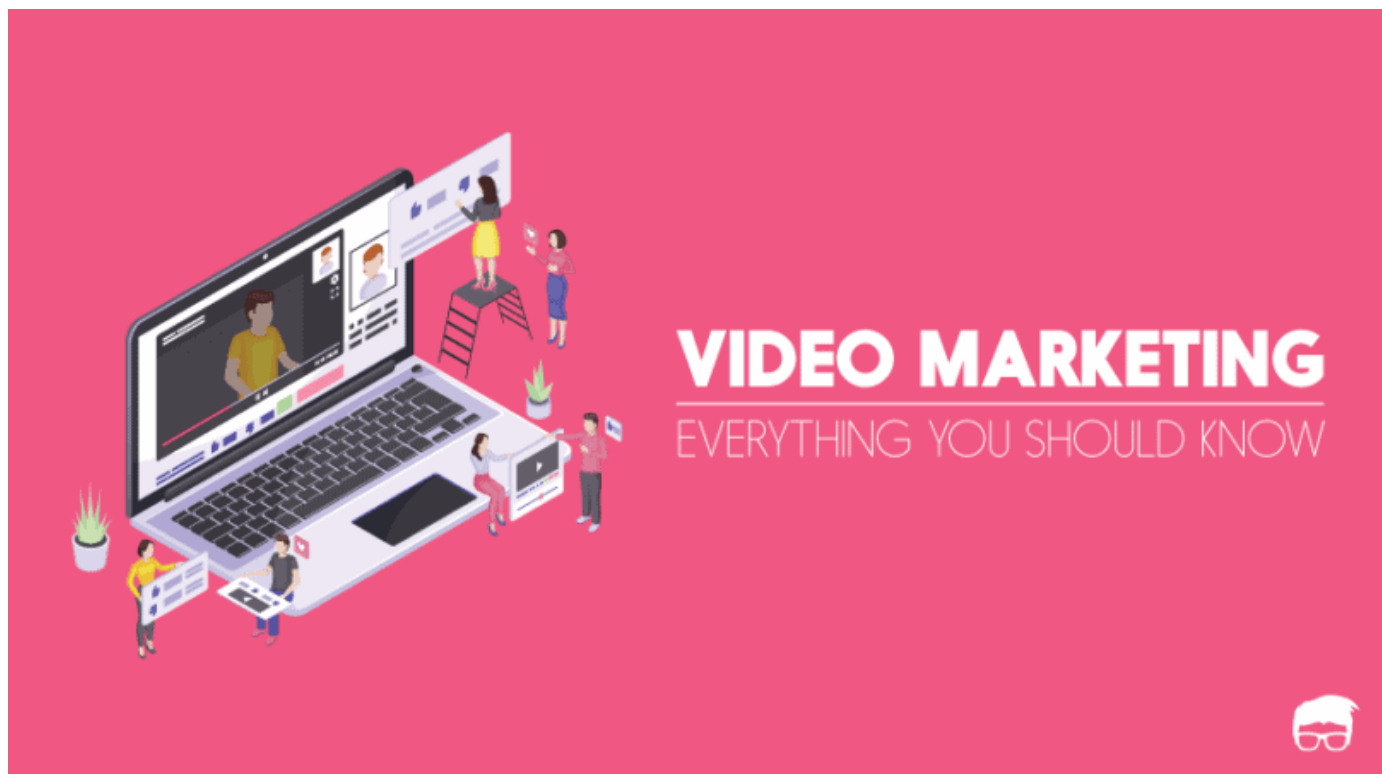
Instrumente Structurale  
2014-2020

## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168



## Comertul electronic în era digitală



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ  
IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA



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





UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

**Noua economie sau economia digitală**, rezultantă a interacțiunii dintre calculatorul personal, telecomunicații, Internet și electronică, se caracterizează printr-o serie de **trăsături** cu totul deosebite de economia tradițională.

În primul rând, este vorba de **crearea unui nou model de afaceri** (e-business, e-commerce, e-banking, etc.) prin intermediul intra și internetului, care schimbă radical eficiența acestora, în sensul reducerii costurilor, inclusiv a celor tranzacționale, pe baza relației afacere/afacere (B2B), afacere/cumpărător (B2C), afacere/angajat (B2E), afacere/guvern (B2G), guvern/afacere (G2B), etc. În ultimul timp, comerțul electronic a căpătat extinderea cea mai mare ca formă concretă de realizare a unor afaceri, la care se adaugă și conturarea unor piețe sui generis a cunoștințelor științifice, impulsionată de ritmul fără precedent al dezvoltării sectorului cercetare-dezvoltare.

Noua economie plasează, în prim plan, **cererea, nevoile consumatorilor** care se implică într-o măsură din ce în ce mai mare la conceperea, realizarea și utilizarea bunurilor și serviciilor, începând încă din stadiul cercetării și dezvoltării acestora. Din acest punct de vedere, noua economie are un caracter interactiv, participativ, realizând interfața dintre ofertă și cerere pe un areal de volum și structură, în spațiu și timp, cu mult mai riguros. Rolul consumatorului crește mai ales în sensul că acesta poate deveni o importantă sursă de idei inovatoare pentru producător, sau de forțare a inovării, în scopul menținerii sau extinderii pieței, al sporirii gradului de confort sau, ceea ce este foarte important, al ridicării nivelului de sustenabilitate a dezvoltării economice.

**Concurența și cooperarea reprezintă două laturi** inseparabile ale economiei digitale, ținând seama de interacțiunea dintre cerere și ofertă, mai sus menționată. Formele de manifestare a concurenței între producători sunt radical schimbate de prioritatea care se acordă unui consumator în continuă și rapidă schimbare în ceea ce privește nevoile, gusturile și cerințele, astfel încât acesta îi obligă pe competitori să și coopereze.



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

Economia digitală presupune un consum mai mare de muncă de concepție, de înaltă calificare care creează o valoare adăugată mai ridicată, noi locuri de muncă, segmente practic nelimitate de oportunități de afaceri și creativitate, prin existența unor standarde flexibile și interconective care facilitează nevoia integrării și/sau individualizării diferiților consumatori. De aici și constatarea că noua economie este “scientointensivă” și “artintensivă”.

Diminuarea consumului de resurse, mărirea spiritului novator și întreprinzător, creșterea productivității muncii, a vitezei producerii și schimbării fenomenelor și proceselor economice, sporirea valorii adăugate, reprezintă doar câteva dintre efectele economice care au impus economia digitală ca formă superioară a economiei în general.

Important este de menționat că fiecare dintre principiile noii economii deschid paradigme specifice pentru știința economică, în general, dar mai ales pentru diferitele discipline și specializări ale acesteia

Noua economie se supune principiului potrivit căruia ”cu cât mai multe persoane se implică cu atât avantajul pentru fiecare implicat este mai mare” (the more people involved the bigger benefit for everyone involved).



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**



Efectele micro și macroeconomice ale noii economii și SI au la bază principiile general valabile ale dezvoltării acesteia, care sunt:

- a) **convingere** (awareness);
- b) **accesibilitate** (accessibility);
- c) **disponibilitate** (availability);
- d) **existența** resurselor necesare (affordability);
- e) **adecvare** (appropriateness).

Analiza pe sectoare a reducerii costurilor ca urmare a introducerii uneia dintre cele mai răspândite forme de manifestare a noii economii afacere/afacere (B2B) este extrem de semnificativă (tabelul nr. 1). Cele mai mari economii se realizează în industria componentelor electronice, iar cele mai scăzute în extracția cărbunelui, industria alimentară și sănătate.



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

### Tabelul nr. 1

## VOLUMUL ECONOMISIRILOR POTENȚIALE PE RAMURI CA URMARE A INTRODUCERII B 2 B

Ramura	B 2 B versus B A M Economii potențial estimate
Industria aerospațială	11%
Chimie	10%
Cărbune	2%
Comunicații	5%-15%
Calculatoare	11%-20%
Componente electronice	29%-39%
Industria alimentară	3%-5%
Produse forestiere	15%-25%
Transport feroviar	15%-20%
Sănătate	5%
Științele vieții	12% 19%
Prelucrarea metalelor	22%
Media și reclamă	10%-15%
Servicii de întreținere	10%
Petrol și gaze	5%-15%
Hârtie	10%
Oțel	11%



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ  
IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





## Axa prioritară 6: Educație și competențe

**Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate**

**Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale**

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

Tehnologia informației și a comunicațiilor (TIC) are o serie de implicații macroeconomice a căror analiză este deosebit de utilă în luarea deciziilor. În principal acestea se referă la:

- cheltuielile cu investițiile pentru TIC trebuie să crească;
- companiile trebuie să introducă e-engineering-ul, în operațiile lor pentru a utiliza mai bine TIC, a reduce costurile și spori eficiența;
- piețele financiare trebuie să fie deschise pentru a permite finanțarea inovării;
- piețele capitalului de risc și ale ofertelor publice inițiale (initial public offerings) trebuie să fie dezvoltate, pentru a întări procesul inovațional;
- încurajarea IMM-urilor și crearea unui mediu antreprenorial practic;
- reglementările trebuie să crească în amplitudine și rigoare;
- politicile monetare trebuie ajustate (în special rata dobânzii).

**Considerentele microeconomice** pentru dezvoltarea noii economii vizează:

- liberalizarea furnizorilor monopolizați care țin costurile ridicate;
- legislație specifică TIC și Internet (semnătura digitală și altele);
- acces la rețele de comunicații;
- evitarea suprareglementărilor;
- legea proprietății intelectuale și a drepturilor de licență;
- piață de capital solidă;
- infrastructură conformă cu standardele internaționale;
- libertate de acces la informație;
- interacțiuni între agenții economici, guvern, industrie, academie și cetățeni;
- concurență și competiție.

TIC are un impact complex nu doar asupra economiei și eficienței acesteia dar și asupra tuturor laturilor vieții oamenilor între care:



**CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ**

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA







UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

- **capacitatea de exercițiu a drepturilor democratice și responsabilităților civice**, Internet-ul oferind condiții pentru un electorat mai bine informat și participativ, cu un comportament rațional motivat;
- crearea de **noi interacțiuni între Guvern și cetățeni**, prin informatizarea guvernării (e-Governance) și a democrației (e-Democracy), ceea ce oferă persoanelor posibilitatea de a fi participanți la autoguvernare, la procesele instructive și deliberative, consolidând bazele exercițiului democratic și limitând devierile contraproductive ale jocului politic, mai ales într-o economie de piață emergentă;
- cetățenii își transformă profund comportamentele de la cele de **tip “reactiv”**, la cele de **tip “proactiv”**, fiind în cunoștință de cauză, ceea ce le mărește șansa de creativitate și inovare;
- reconcilierea, consensualizarea, transparența, eficiența parteneriatului și a dialogului social dobândesc șanse incomparabil mai mari de realizare în condițiile tipului informațional de guvernare și democrație.

Întrucât “noua economie” se bazează pe TIC, considerăm că analizele cu diferite grade de agregare la nivelurile micro, mezo și macroeconomic reprezintă un demers necesar pentru a identifica traiectoriile dinamizatoare ale propagării efectelor acestora în plan local și global. Tocmai de aceea, ne vom referi în continuare la câteva aspecte privind raportul global/local într-un domeniu relevant al economiei digitale și anume acela al comerțului electronic (e-Commerce).



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**



## 2. Aspecte globale și locale în comerțul electronic (e-Commerce)

Noțiunile de comerț electronic global și local se referă la schimbul de produse și servicii prin Internet între parteneri aflați în diferite țări și regiuni ale lumii și, respectiv, cei aflați în vecinătatea mai mult sau mai puțin apropiată.

Problema “global versus local” în cercetările privind e-Commerce este de dată recentă și nu se poate da un răspuns tranșant în legătură cu acest aspect pe cât de complex pe atât de provocator.

Problema centrală a e-Commerce este dacă acesta reprezintă un **proces intrinsec** global, urmând o logică similară caracterului global al Internet-ului sau dacă influențele și beneficiile sale cele mai semnificative s-ar manifesta prin utilizarea locală a Internet-ului pentru afaceri.

Cum pentru multe țări e-Commerce se află în faza sa de început, evidența este mai degrabă fragmentată, nerelevantă decât sistematică ceea ce nu permite clasificări și desprinderea unor tendințe cantitative pe termen mediu și lung.

Pe baza observațiilor și cercetărilor noastre, ca și ale altor specialiști, rezultă că, după un prim val de abordări globale, multe utilizări locale ale comerțului electronic au început să apară. Problema aceasta a fost mai bine clarificată, din punctul de vedere al dezvoltării regionale, la numeroase întâlniri internaționale



UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

**Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate**

**Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale**

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

printre care cele de la Comisia Europeană în anul 1999 (Tekes Information Society Technologies Conference).

Dezbaterile au continuat în acest domeniu ca urmare a impulsului creșterii rapide a comerțului electronic în lume și, mai ales, a apariției nevoilor pieței electronice de tipul afacere/afacere (B 2 B). Aceste piețe și schimburi au fost create în mod tipic de către alianțe internaționale ale cumpărătorilor, în cadrul unor sectoare industriale distincte cum ar fi industria de automobile, comerțul cu amănuntul, industria aerospațială, chimie și agricultură. Acestea au apărut de asemenea și în profil intersectorial ca, de exemplu, întreținere, prestații și punere în funcțiune, ca și în prestarea generală de servicii în al căror caz, cel mai probabil, se implică terții. Potrivit prognozelor, practic, în fiecare sector vor apărea astfel de piețe electronice care, după cum se preconizează, sunt cel mai bine predispușe să se transforme în medii comerciale electronice globale. În cadrul dezvoltării acestor tendințe, apare problema privind oportunitățile creșterii globale a unor astfel de piețe electronice, precum și cea a barierelor și strategiilor de marketing (vezi CommerceNet B 2 B, Big Bang Conference series).

În abordarea problemei “global versus local” în comerțul electronic, evidențiem ca factor adițional și imensa capitalizare a pieței companiilor Internet. Aceasta dă “dotcoms”-urilor baza financiară pentru a instrumenta o strategie de afaceri cu prezență globală, prin ample achiziții și fuziuni sau prin investiții în mărci sau în infrastructuri de furnizare globală. În același timp, dezbaterile se concentrează asupra aspectelor macroeconomice, în condițiile în care comerțul electronic tinde să reprezinte un factor al competitivității globale

Problema global-local a devenit tot mai importantă, fiind articulată și bazată pe realitatea actuală a afacerilor, într-o măsură din ce în ce mai mare, într-o serie de aspecte privind:

- a) barierele în fața comerțului electronic;
- b) strategiile de marketing care tind să devină globale;
- c) tipurile de piețe electronice globale;
- d) modele globale de afaceri în comerțul electronic;



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ  
IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

- e) impactul comerțului electronic asupra competitivității globale
- f) avantajul țărilor și regiunilor care “se mișcă repede” sau dețin rolul de lideri;
- g) comerțul electronic și fluxurile comerciale globale;
- h) rolul guvernelor în sprijinirea și reglementarea comerțului electronic;
- i) schimbări în structura industriilor globale;
- j) prezența globală bazată pe dezvoltarea regională.

Indiferent că este vorba de comerțul electronic local sau global, acesta întâmpină o serie de dificultăți și obstacole mai mari sau mai mici, în funcție de o serie de factori de influență în domeniile economic, social, tehnologic, cultural etc. Ne vom referi la unele dintre aceste obstacole în ideea sensibilizării specialiștilor pentru găsirea căilor de reducere sau înlăturare a acestora.

### **Inadecvarea livrării globale și a sistemelor de derulare.**

Potrivit cercetărilor de specialitate (Forrester Research 1999) ca și rezultatelor unor anchete recent lansate, circa 85% din respondenți nu au recurs la comenzi internaționale **din cauza complicațiilor vamale, de impozitare și formalităților cu transportul**. Principalul obstacol, care continuă să existe, este cel legat de distribuția globală a bunurilor și serviciilor..

Un alt obstacol se referă la dificultatea de a derula livrarea și/sau expediția unor loturi (pachete) mai mici. Cercetările din țările membre ale UE evidențiază complicațiile ale transportului internațional și datorită fragmentării logisticilor inter-țări.

Marii operatori din domeniile transportului, logisticii și poștei consideră ca oportunitate naturală de afaceri livrările libere între frontiere, amplificate de o serie de servicii generatoare de valoare adăugată. Operatorii mai mici, din sectoarele transport și logistică, au în vedere necesitatea conlucrării dintre ei, în echipe, prin interconectarea sistemelor lor. Un exemplu al acestei interconectări, cu accent pe impactul organizării procesului de afaceri, este proiectul EU TRANS 2000.

### **Diferență de cultură, limbă și practică comercială**



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





UNIUNEA EUROPEANĂ



## **Axa prioritară 6: Educație și competențe**

**Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate**

**Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale**

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

Diferența de cultură și limbă continuă să rămână un obstacol semnificativ al globalizării piețelor electronice. Aceasta include, de asemenea, și cultura afacerilor și practica propriu-zis comercială. Adesea dificultățile în comerțul electronic global sunt create de diferențele în sistemele legislative. În domeniul serviciilor juridice, piețele electronice globale nu se pot crea cu ușurință, excepție făcând unele domenii-nișă, cum ar fi practica juridică internațională pentru cazul marilor corporații.

Intermediarii comerciali cum sunt băncile, firmele de comerț, managerii lanțurilor internaționale de livrări, camerele de comerț, ca și armonizarea condițiilor de livrare și contractele din comerțul internațional, sub egida ONU și a Camerelor Internaționale de Comerț, reușesc să surmonteze dificultățile generate între diferențele de cultură, limbă și practică comercială dintre țări. În acest sens, și tehnologia se poate dovedi utilă sprijinirii negocierilor, în situații de diversitate a practicii de afaceri (vezi proiectele EU MEMO, COBRA, COSMOS etc.)

### **Fragmentarea în industrie**

O altă barieră în crearea piețelor electronice globale este reprezentată de amplificarea diferită a fragmentării în sectorul industrial. În țările în care industria este divizată în multe firme mici, poate fi deosebit de greu să se atingă economia de scară necesară creării unei piețe electronice globale, chiar dacă piața produsului de bază, potențial, poate fi considerată globală. Internet-ul și piețele electronice pot crea presiuni adiționale în scopul consolidării industriilor fragmentate, în mod similar cu serviciile financiare asigurările, transporturile și turismul. Cea mai potrivită soluție este crearea unor rețele de afaceri (network business) în care se creează un sistem simbiotic viabil între întreprinderile mari și cele mici (subcontractanți), punându-se în valoare complementaritatea avantajelor acestora.

### **Cadrul global autoreglator și juridic**

Diferențele inter-țări în schemele autoreglatoare și juridice constituie o altă barieră în fața comerțului global. În ultimii ani, au fost realizate progrese semnificative în adaptarea cadrului legal la realitatea comerțului electronic și în dezvoltarea autoreglării acestuia prin convenirea codurilor de conduită, în cadrul dezbaterilor și politicilor mai multor organisme internaționale. Cu toate acestea, legile și cadrul de conduită



**CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ**

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA







## Axa prioritară 6: Educație și competențe

**Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate**

**Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale**

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

adesea vizează o singură țară și nu au o aplicabilitate globală în mai multe țări. Singura excepție o reprezintă UE care ar putea să construiască pe baza cadrului comun al Pieței Interne și care, în consecință, ar reuși să pună în mișcare rapid cadrul a 15 țări pentru comerțul electronic.

Recenta inițiativă e-Europe a UE se concretizează în desfășurarea eforturilor pentru a ridica la nivel global cadrul național și regional și a compatibiliza mijloacele de arbitraj și mediere a litigiilor și disputelor. Aceasta va contribui la o mai mare fluidizare și rapiditate a fluxurilor de bunuri și servicii între țări la costuri relativ reduse.

### Bariere specifice micilor întreprinderi

Micile întreprinderi întâmpină o serie de dificultăți în a participa sau crea piețe electronice globale. În primul rând, acestea se referă la volumul relativ scăzut al **resurselor de capital și personal**, lipsa de vizibilitate a mărcilor de fabricație. În cazul IMM-urilor, problema cheie în crearea unor piețe electronice este **alegerea unor strategii** specifice de genul **parteneriatelor strategice**, aranjamentelor privind împărțirea segmentelor de piață ca, de exemplu, franchising și scheme asociate acestora (zone comerciale). Concentrarea asupra unor nișe de piață și cooperarea cu alte firme mici (crearea în comun a unor websites-uri pentru promovarea exporturilor, așa cum fac micii exportatori de mobilă în Spania). Ca participanți individuali la piețele electronice, întreprinderile mici pot întâmpina mari dificultăți deoarece, în faza inițială a unor astfel de piețe electronice, vor crește mai degrabă transparența prețurilor decât transparența caracteristicilor produselor în general (calitate, termen de livrare, nivelul serviciilor și cunoștințele referitoare la afaceri). Piețele electronice curente nu sunt adecvate pentru a face vizibile atribuțiile non-preț ale produselor. Cel puțin la început, acestea pot să îngusteze baza pe care micile întreprinderi concurează. Subliniem că afirmația noastră în acest sens nu reprezintă decât o ipoteză care ar fi interesant dacă, în viitor, am putea constata că este invalidată de cercetări empirice. Un exemplu practic care ilustrează cea mai mare parte a barierelor globalizării piețelor electronice este reprezentat de serviciile de sănătate online (The Economist, March 2000). Multe provocări au putut fi identificate în livrarea unor astfel de servicii, pe plan internațional, din SUA pe piețele europene, sau între țările UE. Cultura, practicile medicale și reglementările



**CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ**

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





## **Axa prioritară 6: Educație și competențe**

**Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate**

**Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale**

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

diferite pentru vânzarea medicamentelor online și reclamă, fragmentarea în sectoarele sănătate și asigurări au îngreunat mult intensificarea schimburilor de medicamente și servicii de asistență sanitară, la nivel global.

### **Strategii de marketing insuficient adecvate**

Societățile care vor să participe la comerțul electronic global trebuie să-și exploateze activele de care dispun în mod global. Ele trebuie să depășească obstacolele din mediile lor de afaceri și să-și soluționeze principalele slăbiciuni interne. Strategiile de marketing (vezi World Market Research Centre Business Briefing: Electronic Commerce, 1999) sunt, de regulă, următoarele:

- orientarea către o piață globală a produsului;
- participarea la un lanț global de livrare;
- ofertarea unui suport lingvistic multiplu;
- crearea unei zone rețea de franchising;
- complementaritatea prezenței fizice globale cu prezența pe Internet;
- construirea unei prezențe globale, prin fuziuni și achiziții.

Dacă strategia se bazează pe piața globală a unui produs, obstacolele cel mai probabil de depășit sunt de natură funcțională, operațională (ca, de exemplu, organizarea livrării globale). O modalitate de abordare a acestora poate fi subcontractarea. Dacă produsele și serviciile pot fi livrate online, cum ar fi software sau noutăți pentru specialiști, încadrarea în piața globală nu este o problemă.

Între țări pot exista și bariere de natură legislativă sau autoreglatoare. Vânzarea online a unor cărți tehnice, de exemplu, presupune a te ocupa de o piață globală a produsului unde problemele care trebuie rezolvate se referă la expedierea globală a coletelor mici și diferențele de impozitare și vamale.

Strategiile de marketing electronic necesită abordarea atât a problemelor locale cât și a celor globale în aceeași timp. Extinderea prezenței fizice globale cu cea virtuală este o rută către piață, în special pentru companiile mari.

### **Tipologia piețelor electronice globale și problemele acestora**

Literatura de specialitate clasifică piețele electronice globale în patru grupe:



**CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ**

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

**Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate**

**Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale**

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

- **piețe electronice intrinsec globale** care se ocupă cu produse globale, consumatori, furnizori (exemplu: întreținere, reparații, automobile).
- **piețe locale global organizate** (de exemplu, licitațiile de bunuri perisabile);
- **piețe locale cu infrastructură globală;**
- **asociații de export** în care produsele sunt exportate global prin colaborarea producătorilor.

**Piețe electronice intrinsec globale** sunt acele piețe care se ocupă cu produse de natură globală și cu consumatori și furnizori care sunt caracterizați printr-o prezență globală. Multe dintre schimburile B 2 B aparțin acestei categorii de piețe. De exemplu, sectorul automobilelor reprezintă, într-o mare măsură, o industrie globală, în care lanțurile ofertei se întind pe întreg globul, iar furnizorii de piese de schimb și uzinele de automobile cooperează cu parteneri din întreaga lume. “Autochange” este o piață mare a automobilelor adună principalii producători din SUA, Europa și Japonia (Renault, Toyota, Deimler Crysler, Ford, EU). Un alt exemplu îl reprezintă comerțul cu produse “rutiniere” de afaceri sau așa-numitele bunuri neproductive care cuprind serviciile de menținere, reparații și organizare (MRO). Acestea sunt necesare pentru afaceri în lumea întreagă și adesea există mulți furnizori pe plan mondial pentru astfel de produse. Piețele care oferă o viziune uniformă asupra produselor oferite (Trade zone, Barclays, B 2 B) sunt intrinsec globale, iar operarea pe aceste piețe pornește de la timpul de livrare și costuri, care depind de transport, până la reglementări referitoare la export și import și la diferențe în practica de afaceri. Provocarea pentru piețele intrinsec globale constă în a face față cererii și ofertei, evitând fragmentarea într-o mulțime de piețe locale.

**Piețele locale global organizate** sunt în mod necesar limitate din punct de vedere geografic. Cu toate acestea, modul de abordare și desfășurare a tranzacțiilor într-o regiune poate fi utilizat și în alte regiuni, în felul acesta realizându-se o legătură între piețele respective. Un exemplu este industria pescuitului în cadrul căreia au fost create licitațiile electronice, printre altele și ca rezultat al realizării Proiectului European Infomar. Software-ul licitațiilor bazate pe Internet a făcut posibilă interconectarea licitațiilor în întreaga Europă. Peștele care a fost prins se negociază la licitații electronice, în timp ce pescadoarele sunt încă pe mare.



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

În funcție de tranzacția încheiată, vasul cu pește poate alege cel mai convenabil port în care să descarce marfă. În fapt, s-a creat o singură licitație pentru întreaga regiune care cuprinde un număr de țări europene vecine. Practic, zona de licitație se limitează la o regiune dată care aplică aceleași reguli și proceduri ca și în alte părți ale lumii.

**Piețele locale construite pe o infrastructură globală** reprezintă un alt tip de piață electronică funcțională în plan local și global. Când se vorbește despre piețele electronice globale nu toate trebuie să fie într-adevăr globale. Funcția reală de reprezentare și comercializare a acestor tipuri de piețe poate fi în întregime locală, în timp ce funcțiile de acces, plata, securitatea și livrarea produselor ar putea fi globale. În acest sens menționăm comerțul electronic prin telefonia mobilă sau m-commerce. Serviciile specifice localizării vor deveni probabil o trăsătură cheie a comerțului mobil, de exemplu, atunci când se face o comandă pentru taxi de pe un telefon mobil la sosirea într-o localitate. Chiar dacă aceasta constituie o funcție foarte dependentă de localizare, ea necesită accesul la o infrastructură de rețea mobilă larg disponibilă, de preferință globală. Infrastructura suportă roaming-ul global pentru acces. Este probabil ca “Serviciile de roaming” să fie introduse în viitor pe o scară și mai mare. Un exemplu îl constituie roaming-ul pentru serviciile de taxi care potențial creează un serviciu global de taxi, pe baza ofertelor locale și a înțelegerilor de roaming. Este de presupus, de asemenea, că infrastructura va suporta plățile globale. Interesant este de luat în considerație care dintre serviciile de infrastructură vor deveni nucleul care urmează a fi disponibil pe o bază globală și care servicii ar putea deveni global disponibile pentru a mări eficiența și gradul de acoperire pentru o multitudine de piețe locale construite pe servicii de infrastructură globală.

**Asociațiile de export** reprezintă un alt tip de piață electronică de dimensiune globală care, cu toate acestea, este caracterizat și printr-un puternic element local.

Conceptul constă în existența unui număr de furnizări (ofertanți), dintr-o aceeași regiune geografică, care caută o prezență globală, dar care nu sunt capabili să acționeze global în mod individual. Aceștia creează o entitate comună de export, care se ocupă, în numele lor, de complexitatea comerțului internațional cum ar



**CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ**

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA





UNIUNEA EUROPEANĂ



## Axa prioritară 6: Educație și competențe

Componenta 1: Creșterea nivelului de calificare al angajaților prin programe de formare continuă corelate cu nevoile pieței muncii - Regiuni mai puțin dezvoltate

Operațiunea: Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale

**Titlul proiectului: „FPC-Vest - Formare profesională în sprijinul creșterii eficienței angajaților pe piața muncii în Regiunea Vest” / Cod proiect: 136168**

fi cataloage în mai multe limbi, reglementări de export/import, finanțări în mai multe valute, expediții internaționale etc.

Acestea creează eficient un spațiu comun de piață care poate fi tot atât de simplu ca și un e-mail sau ar putea dobândi o funcționalitate mai bogată decât cea a unei terțe piețe. Ca exemplu în această privință cităm grupul de producători de mobilă din Spania care au creat Furniture Net.



CAMERA DE COMERȚ, INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ TIMIȘ

IMPREUNĂ PENTRU AFACEREA TA

