

PROGRAMĂ PENTRU EXAMENUL NAȚIONAL DE BACALAUREAT – 2009

Profilul: RESURSE NATURALE ȘI PROTECȚIA MEDIULUI

Calificarea profesională: TEHNICIAN ÎN INDUSTRIA ALIMENTARĂ

Varianta 2

1. Statutul programei

În conformitate cu prevederile legii învățământului nr.84/1995, republicată, cu modificările și completările ulterioare, în cadrul examenului național de bacalaureat **proba E – probă scrisă pentru filiera tehnologică** reprezintă o probă, la alegere, din aria curriculară „Tehnologii”, în funcție de specializarea aleasă de elev.

Programa are, în cadrul examenului de bacalaureat – 2008, statutul de **programă opțională** pentru calificarea profesională: **Tehnician în industria alimentară** – ruta progresivă de profesionalizare, absolventul având posibilitatea de a opta pentru una din cele două variante de programe (varianta 1 sau varianta 2).

Programa este elaborată în conformitate cu curriculumul școlar, având la bază Standardul de pregătire profesională (SPP), pentru calificarea de nivel 3 menționată și vizează evaluarea performanțelor elevilor, axată pe demonstrarea competențelor cheie și a competențelor tehnice generale din cadrul următoarelor unități de competență:

a) Unități de competențe cheie:

1. Gândirea critică și rezolvarea de probleme
2. Comunicare
3. Procesarea datelor numerice

b) Unități de competențe tehnice generale:

1. Conducerea calității în industria alimentară
2. Marketing în industria alimentară

Conținuturile tematice sunt selectate pe baza condițiilor de aplicabilitate și a criteriilor de performanță din SPP, astfel încât evaluarea finală a competențelor să se realizeze în concordanță cu precizările incluse în SPP.

Tabelul de corelare a competențelor de evaluat și a conținuturilor aferente acestora

Unități de competențe	Competențe de evaluat	Conținuturi tematice (în vederea explicitării/detalierii competențelor)
Conducerea calității în industria alimentară	Aplică conceptul de management al calității în industria alimentară	<ul style="list-style-type: none"> • Instrumente de elaborare a politicii calității în industria alimentară: <ul style="list-style-type: none"> - politica calității: definiție, rol - documentații cu privire la norme interne de calitate, - documente de promovare a produselor, • Instrumente de stabilire a funcțiilor managementului: <ul style="list-style-type: none"> - funcțiile managementului: generalități - întocmirea planului calității, organigramei întreprinderii, - completarea matricei responsabilităților, • Modalități de implementare a conceptului de calitate totală (definiție, TQM, rol): <ul style="list-style-type: none"> - calitatea totală, TQM : definiție, rol - întocmirea planurilor de activitate, - realizarea studiilor de marketing, - completarea documentelor calității;
	Colaborează la elaborarea documentației sistemului calității în industria alimentară	<ul style="list-style-type: none"> • Documentele sistemului calității <ul style="list-style-type: none"> - manualul calității, procedurile sistemului calității, documente de lucru.
	Colaborează la evaluarea managementului calității în industria alimentară	<ul style="list-style-type: none"> • Tipuri de audit, instrument de evaluare a managementului calității în industria alimentară: <ul style="list-style-type: none"> - auditul calității produsului, procesului, sistemului calității, auditul intern, auditul extern. • Etapele metodologiei de realizare a auditului: <ul style="list-style-type: none"> - examinarea elementelor relevante pentru calitate; - elaborarea documentelor cu rezultatele examinării, a raportului de audit; - analiza neconformităților; - stabilirea măsurilor corective; - supravegherea aplicării măsurilor corective. • Etapele auditului sistemului de management de mediu: <ul style="list-style-type: none"> - declanșarea, pregătirea și realizarea auditului; - elaborarea documentelor auditului; - încheierea auditului.
Marketing în industria alimentară	Selectează informațiile privind cererea de produse a consumatorilor.	<ul style="list-style-type: none"> • Modalități de identificare a cererii de produse:

		<ul style="list-style-type: none"> - chestionare și sondaje. ● Factori care influențează cererea de produse - prețul produselor, puterea de cumpărare, preferințele consumatorilor ● Moduri de informare a factorilor decidenți privind cererea de produse: - prezentarea concluziilor, sugestiilor, propunerilor
	Utilizează formele de promovare a produselor.	<ul style="list-style-type: none"> ● Publicul consumator de produse - consumatori potențiali, consumatori actuali, grupuri de consumatori. ● Forme de promovare a produselor - publicitate, relații publice. ● Instrumente de promovare a vânzărilor: - mostre, reduceri de prețuri, cadouri promoționale, premii de fidelitate.
	Colaborează cu factorii decidenți în stabilirea prețurilor pe produse.	<ul style="list-style-type: none"> ● Categorii de prețuri: - prețuri ridicate, prețuri moderate, prețuri scăzute. ● Studii de piață privind prețul produselor: - alcătuirea de chestionare, efectuarea sondajelor ● Calcularea prețurilor produselor: - formule de calcul a prețurilor produselor
	Coordonează distribuția fizică a produselor.	<ul style="list-style-type: none"> ● Canale de distribuție fizică a produselor - transport, depozitare, stocare, livrare ● Condiții ce trebuie respectate la distribuția produselor: - folosirea mijloacelor de transport adecvate, respectarea parametrilor de depozitare și a condițiilor de livrare.

BIBLIOGRAFIE

Conducerea calității în industria alimentară	<p>MARIETA OLARU – Managementul calității. Manual - filiera tehnologică Ed. Economică Preuniversitaria Buc. 2005,</p> <p>MARIETA OLARU – Managementul calității. Manual - liceu tehnologic Ed. Economică Preuniversitaria Buc. 2000</p> <p>V. MANOLE ș.a. – Managementul calității produselor agroalimentare, Biblioteca virtuală ASE București</p>
Marketing în industria alimentară	<p>NICOLAE AL. POP – Marketing. Manual pentru clasa a XII-a licee tehnologice Ed. Didactică și Pedagogică Buc. 2002</p> <p>MIHAI DIACONESCU – Marketing agroalimentar, Ed Universitară București, 2005</p>