



UNIUNEA EUROPEANĂ



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

**Axa prioritară 6:** Educație și competențe

**O.S.6.13:** Creșterea numărului absolvenților de învățământ terțiar universitar și non-universitar care își găsesc un loc de muncă urmând a accesa activități de învățare/ cercetare/ inovare la un potențial loc de muncă, cu accent pe sectoarele economice cu potențial competitiv identificate conform SNC și domeniile de specializare inteligentă conform SNCDI

**Titlul proiectului:** Practică Avansată pentru succesul în cariera INGINEREASCĂ – PAVING

**Cod proiect:** POCU/626/6/13/130354

## METODOLOGIE

de evaluare și premiere a proiectelor de tip Business Model Canvas realizate de studenți în cadrul proiectului *“Practică Avansată pentru succesul în cariera INGINEREASCĂ – PAVING”*, Cod SMIS 130354



UNIUNEA EUROPEANĂ



## 1. Baza legală și reglementară

Prezenta Metodologie a fost elaborată pe baza următoarelor acte normative în vigoare:

- Contractul de finanțare POCU/626/6/13/, având ca obiect implementarea proiectului „Proiectul Practică Avansată pentru succesul în cariera INGINEREASCĂ - PAVING”;
- Legea Educației Naționale nr. 1/2011 cu modificările și completările ulterioare;
- Carta UTCN, versiunea 2021;
- Ordinul comun - Ministerul Educației (nr. 5.196/3.09.2021) și Ministerul Sănătății (nr. 1.756/3.09.2021) - pentru aprobarea măsurilor de organizare a activității în cadrul unităților/instituțiilor de învățământ în condiții de siguranță epidemiologică;
- Ordonanță de urgență nr. 40 din 23 septembrie 2015 privind gestionarea financiară a fondurilor europene pentru perioada de programare 2014-2020;
- Ghidul solicitantului condiții specifice Stagii de practică pentru studenți.

## 2. Aspecte generale

- 2.1 Competiția de Business Model Canvas face parte din subactivitatea **A7.2 Formarea de competențe antreprenoriale prin workshop-uri dedicate dezvoltării abilităților antreprenoriale și intraprenoriale**. Competiția se bazează pe bune practici naționale și internaționale privind competițiile studențești antreprenoriale și de inovare.
- 2.2 Competiția se va finaliza cu premierea a 120 de studenți, membri ai grupului țintă, cu suma de 2.000,00 de lei fiecare.
- 2.3 Participarea la competiție se face individual, prin trimiterea unui proiect de tip Business Model Canvas, în conformitate cu modelul și cerințele specificate în Anexa 3.A. a prezentei metodologii.
- 2.4 Calendarul specific (Anexa 1) este inclus la finalul prezentei metodologii și face parte din aceasta. Nu se acceptă depășirea termenelor pentru nici un motiv, al candidatului sau procedural.

## 3. Înscrierea studenților - membri ai grupului țintă - în competiție

- 3.1 Competiția se anunță public pe canalele de comunicare ale proiectului și va conține informații cu privire la modalitatea de înscriere, derulare și evaluare a proiectelor depuse de către studenți.
- 3.2 Pentru a se înscrie la concurs, studenții trebuie să completeze și să încarce la destinația specificată (assignment creat pe clasa de Microsoft Teams – "Competitie Business Model Canvas"):
  - Cererea de înscriere la concursul Business Model Canvas (Anexa 2). Se pot înscrie la concurs doar studenții care fac parte din grupul țintă al proiectului PAVING. Documentul se



UNIUNEA EUROPEANĂ



încarcă cu următoarea denumire *Nume\_Prenume\_Cerere*.

- Proiectul Business Model Canvas, realizat în urma participării la workshop-urile destinate dezvoltării competențelor antreprenoriale și intraprenoriale, se încarcă cu următoarea denumire *Nume\_Prenume\_Business\_Model\_Canvas*.

#### 4. Derularea competiției

- 4.1 Competiția constă în elaborarea unui proiect de tip Business Model Canvas ca urmare a participării și parcurgerii informațiilor puse la dispoziție studenților – membri ai grupului țintă - în cadrul workshop-urilor de dezvoltare și dobândire a competențelor antreprenoriale și intraprenoriale derulate în cadrul proiectului PAVING.
- 4.2 Ideile prezentate în cadrul Business Model Canvas pot să fie orientate pe dezvoltare de produs cât și pe dezvoltarea de servicii, atât de tip B2B cât și B2C.
- 4.3 Procesul de comunicare cu studenții înscriși va fi asistat de platformele și instrumentele online specifice (MS Teams, paginile proiectului PAVING etc.).
- 4.4 Studenții vor redacta un proiect conform modelului care se regăsește în cadrul Anexei 3 a prezentei metodologii.

#### 5. Evaluarea proiectelor individuale

- 5.1 Evaluarea proiectelor depuse se va face de către o comisie compusă din 5 membri (experți din cadrul proiectului), cu experiență în predarea și evaluarea de idei de afaceri.
- 5.2 Nu pot face parte din juriu persoane care se află în conflict de interese cu oricare dintre participanți, conform regulilor din Carta UTCN (de ex. rudenie până la gradul 4).
- 5.3 Criteriile de jurizare se vor aprecia pe o fișă specifică pusă la dispoziție de organizator, cu note de la 1 la 10 (de la foarte puțin, la foarte mult). Criteriile de evaluare și notare ale proiectelor depuse de către studenți se regăsesc în Anexa 3.B.
- 5.4 Conform calendarului, studenții au dreptul de a depune contestații cu privire la evaluarea propriului proiect. Aceste contestații vor fi rezolvate de o comisie numită de managerul de proiect din care vor face parte alți membri (experți din cadrul proiectului) decât cei care au făcut evaluarea inițială. Se acceptă contestații care țin de nerespectarea procedurii de desfășurare a concursului. Evaluările fiecărui membru al comisiei de analiză nu pot fi contestate. Soluțiile comisiei de evaluare a contestațiilor sunt finale.
- 5.5 Premiera se va face după jurizarea tuturor proiectelor și soluționarea contestațiilor, urmând a se acorda 120 premii individuale în valoare de 2.000,00 de lei fiecare, în ordine descrescătoare a clasamentului final, precum și diplome din partea proiectului.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020

## 6. Dispoziții finale

- 6.1 Organizatorii sunt responsabili pentru corectitudine derulării competiției și respectarea cerințelor din această metodologie.
- 6.2 Organizatorii sunt responsabili pentru activitățile de comunicare și elaborare a documentelor necesare bunei derulări a competițiilor (site, formulare, fișe de evaluare, procese verbale de evaluare și premiere, formulare de colectare date de plată, grupuri de comunicare MS Teams, etc.). Documentele vor avea format impus (cuprinse în metodologie) sau liber (încărcate în sisteme electronice de tip cloud sau MS Teams).
- 6.3 Diplomele și premiile financiare vor fi virate câștigătorilor în termen de 60 de zile de la data publicării rezultatelor finale.
- 6.4 Prin înscrierea la competiție, participanții își dau acordul pentru folosirea datelor personale necesare (nume, facultate și specializare la care activează, modalități de contactare ș.a.) în scopurile legitime ale proiectului PAVING.



UNIUNEA EUROPEANĂ



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

**Axa prioritară 6:** Educație și competențe

**O.S.6.13:** Creșterea numărului absolvenților de învățământ terțiar universitar și non-universitar care își găsesc un loc de muncă urmare a accesului la activități de învățare/ cercetare/ inovare la un potențial loc de muncă, cu accent pe sectoarele economice cu potențial competitiv identificate conform SNC și domeniile de specializare inteligentă conform SNCDI

**Titlul proiectului:** Practică Avansată pentru succesul în cariera INGINEREASCĂ – PAVING

**Cod proiect:** POCU/626/6/13/130354

**ANEXA 1**

## **CALENDARUL COMPETIȚIEI “BUSINESS MODEL CANVAS”**

<b>ACTIVITĂȚI</b>	<b>PERIOADA</b>
Înscrierea studenților	29 iunie 2022 – 10 iulie 2022
Evaluarea documentelor	11 iulie 2022 – 13 iulie 2022
Afișarea rezultatelor	13 iulie 2022
Depunerea contestațiilor	14 iulie 2022
Soluționarea contestațiilor și afișarea rezultatelor finale	15 iulie 2022



UNIUNEA EUROPEANĂ



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

**Axa prioritară 6:** Educație și competențe

**O.S.6.13:** Creșterea numărului absolvenților de învățământ terțiar universitar și non-universitar care își găsesc un loc de muncă urmarea a accesului la activități de învățare/ cercetare/ inovare la un potențial loc de muncă, cu accent pe sectoarele economice cu potențial competitiv identificate conform SNC și domeniile de specializare inteligentă conform SNCDI

**Titlul proiectului:** Practică Avansată pentru succesul în cariera INGINEREASCĂ – PAVING

**Cod proiect:** POCU/626/6/13/130354

**ANEXA 2**

## CERERE DE ÎNSCRIERE LA CONCURSUL „Business Model Canvas“

Subsemnatul/a \_\_\_\_\_, student  
al \_\_\_\_\_ Universității \_\_\_\_\_ Tehnice \_\_\_\_\_ din \_\_\_\_\_ Cluj-Napoca, \_\_\_\_\_ Facultatea \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ ,  
specializarea \_\_\_\_\_ , prin prezenta îmi anunț  
intenția de a mă înscrie la concursul „Business Model Canvas“ din cadrul proiectului „Practică  
Avansată pentru succesul în cariera INGINEREASCĂ – PAVING“.

Declar pe propria răspundere că datele completate în prezenta cerere corespund cu  
realitatea.

Data,

Semnătura



**ANEXA 3.A.**

*Nume și prenume student:*

*Facultatea:*

## Business Model Canvas

Scurta descriere a produsului/ serviciului:

Parteneri cheie	Activități cheie	Propunerea de valoare	Relații cu clienții	Segmente de clienți
	Resurse cheie		Canale de distribuție	
Structura costurilor		Surse de venit		



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020

**ANEXA 3.B.**

## CRITERII DE EVALUARE

<p><b>Descrierea produsului/ serviciului</b> <b>Max. 10 pct.</b></p> <p>*produs minim viabil</p>	<p><b>Insuficient</b> <b>1 pct.</b></p> <p>Produs slab prezentat, care nu are practicabilitate sau pentru care nu există piață.</p>	<p><b>Satisfăcător</b> <b>5 pct.</b></p> <p>Produs creativ care este/ar putea fi viabil pe piață.</p>	<p><b>Foarte bine</b> <b>10 pct.</b></p> <p>Produs bine gândit, creativ și unic care este viabil pe piață și pentru care există potențial de creștere.</p>
<p><b>Propunerea de valoare</b> <b>Max. 10 pct.</b></p> <p>* Produsul/ serviciul rezolvă o problemă a clienților * Există o nevoie pe piață * Caracteristicile cheie ale produsului vin în rezolvarea problemelor potențialilor clienți</p>	<p><b>Insuficient</b> <b>1 pct.</b></p> <p>Nu este specificată și susținută de date reale nevoia clienților. Caracteristicile cheie ale produsului nu ajută la rezolvarea problemelor potențialilor clienți</p>	<p><b>Satisfăcător</b> <b>5 pct.</b></p> <p>Problemele potențialilor clienți au fost identificate și susținute prin date reale. Caracteristicile cheie ale produsului vin în rezolvarea problemelor potențialilor clienți</p>	<p><b>Foarte bine</b> <b>10 pct.</b></p> <p>Problemele potențialilor clienți au fost identificate și susținute printr-o varietate de surse diferite pentru a arăta potențialul variat pe care îl are produsul/ serviciul pe piață. Caracteristicile cheie ale produsului vin în rezolvarea problemelor potențialilor clienți</p>
<p><b>Segment de clienți</b> <b>Max. 10 pct.</b></p> <p>*Prezentarea celor mai importanți clienți</p>	<p><b>Insuficient</b> <b>1 pct.</b></p> <p>Nu este clar specificat cine sunt clienții și care este mărimea pieței.</p>	<p><b>Satisfăcător</b> <b>5 pct.</b></p> <p>Clară prezentare a clienților specifici și identificarea mărimii pieței.</p>	<p><b>Foarte bine</b> <b>10 pct.</b></p> <p>Clară înțelegere a diferitelor segmente de piață, a pieței țintă și identificarea mărimii acesteia.</p>





<p><b>Canale de distribuție</b> <b>Max. 10 pct.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* B2B</li> <li>* B2C</li> <li>* Canale specifice</li> <li>* Canale alternative</li> </ul>	<p><b>Insuficient</b> <b>1 pct.</b></p> <p>Este neclar dacă compania este B2B sau B2C. Lipsește prezentarea canalelor specific și alternative.</p>	<p><b>Satisfăcător</b> <b>5 pct.</b></p> <p>Se înțelege clar modul în care compania își desfășoară activitatea B2B sau B2C. Canalele de distribuție specific și cele alternative sunt clar specificate.</p>	<p><b>Foarte bine</b> <b>10 pct.</b></p> <p>Cercetare extinsă a canalelor de distribuție B2B/B2C cu citări pentru fiecare canal specific și alternativ.</p>
<p><b>Relații cu clienții</b> <b>Max. 10 pct.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Cum să atragi clienții</li> <li>* Cum să păstrați clientul</li> <li>* Cum să creșteți clienții</li> </ul>	<p><b>Insuficient</b> <b>1 pct.</b></p> <p>Lipsește pași pentru a atrage, păstra și crește clientul. Lipsa înțelegerii relației necesare cu clientul.</p>	<p><b>Satisfăcător</b> <b>5 pct.</b></p> <p>Plan clar de atragere, menținere și creștere a clienților. Înțelegerea clară a nevoilor în relația cu clienții.</p>	<p><b>Foarte bine</b> <b>10 pct.</b></p> <p>Plan detaliat în profunzime (în trei părți) de atragere, menținere și creștere a clienților cu criterii de referință specifice. Înțelegerea clară a nevoilor clienților în relația cu aceștia.</p>
<p><b>Surse de venit</b> <b>Max. 10 pct.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Cum facem bani</li> <li>* Model de venituri</li> <li>* Tactici de stabilire a prețurilor</li> </ul>	<p><b>Insuficient</b> <b>1 pct.</b></p> <p>O înțelegere generală a fluxului de profit pentru produs/serviciu. Un model de venit parțial bazat pe segmente de clienți. Tactici generale de stabilire a prețurilor pentru segmentul de clienți.</p>	<p><b>Satisfăcător</b> <b>5 pct.</b></p> <p>Înțelegerea clară a fluxului de profit pentru produs/serviciu. Un model complet de venituri bazat pe segmente de clienți. Tactici specifice de stabilire a prețurilor pentru segmentul de clienți.</p>	<p><b>Foarte bine</b> <b>10 pct.</b></p> <p>Înțelegerea clară a fluxului de profit pentru produs/serviciu pe piețe multiple. Un model complet de venituri bazat pe multiple segmente de clienți. Tactici specifice de stabilire a prețurilor pentru fiecare segment de clienți.</p>



<p><b>Parteneri cheie</b> <b>Max. 10 pct.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Parteneri cheie</li> <li>* Furnizori cheie</li> <li>* Resurse de la parteneri și furnizori</li> <li>* Ce le oferim partenerilor cheie</li> </ul>	<p><b>Insuficient</b> <b>1 pct.</b></p> <p>Lista incompletă a partenerilor cheie, furnizorilor, resurselor necesare fiecărui partener cheie.</p>	<p><b>Satisfăcător</b> <b>5 pct.</b></p> <p>Listă completă a partenerilor cheie, furnizorilor, resurselor necesare fiecărui partener cheie.</p>	<p><b>Foarte bine</b> <b>10 pct.</b></p> <p>Listă extinsă a partenerilor cheie, furnizorilor și a resurselor necesare fiecărui partener cheie cât și a importanței lor pentru activitatea companiei dumneavoastră.</p>
<p><b>Activități cheie</b> <b>Max. 10 pct.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Activități cheie necesare: <ul style="list-style-type: none"> <li>- de producție?</li> <li>- tehnologie?</li> <li>- lanț de aprovizionare?</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>Insuficient</b> <b>1 pct.</b></p> <p>Lipsa unei liste sau prezentarea unei listea prea generale a activităților cheie fără date care să susțină nevoia acestor activități. Lipsa sarcinilor detaliate pentru producție, tehnologie, lanț de aprovizionare și alte activități specifice produsului/serviciului.</p>	<p><b>Satisfăcător</b> <b>5 pct.</b></p> <p>Lista activităților cheie susținută de date specific care demonstrează nevoia acestor activități. Prezentarea detaliată a sarcinilor cu privire la producție, tehnologie, lanț de aprovizionare și alte activități specifice produsului/serviciului.</p>	<p><b>Bine</b> <b>10 pct.</b></p> <p>Lista detaliată a activităților cheie susținută de date specific care demonstrează nevoia acestor activități pe piețe multiple. Prezentarea detaliată a sarcinilor cu privire la producție, tehnologie, lanț de aprovizionare și alte activități specifice produsului/serviciului.</p>
<p><b>Resurse cheie</b> <b>Max. 10 pct.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Resurse financiare</li> <li>* Resurse materiale</li> <li>* Proprietate intelectuală</li> <li>* Resurse umane</li> <li>* Alte</li> </ul>	<p><b>Insuficient</b> <b>1 pct.</b></p> <p>Listă generală a resurselor necesare fără prioritizarea acestora.</p>	<p><b>Satisfăcător</b> <b>5 pct.</b></p> <p>Listă completă a resurselor necesare structurată după priorități.</p>	<p><b>Bine</b> <b>10 pct.</b></p> <p>Listă completă a resurselor necesare, structurată pe priorități și conectată cu cerințele pieței.</p>



<b>Structura costurilor</b> <b>Max. 10 pct.</b>	<b>Insuficient</b> <b>1 pct.</b>	<b>Satisfăcător</b> <b>5 pct.</b>	<b>Bine</b> <b>10 pct.</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>* Costuri critice</li><li>* Costuri fixe</li><li>* Costuri variabile</li></ul>	Calculare care nu corespund cu realitatea. Lipsa prezentării costurilor specifice afacerii prezentate.	Explicarea costurilor critice pentru produsul/serviciul oferit. Prezentarea realistă a costurilor fixe și variabile.	Explicarea costurilor critice și a pragului de rentabilitate pentru produsul/serviciul oferit. Prezentarea realistă a costurilor fixe și variabile.