

**Ministerul Educației, Culturii și Cercetării al Republicii Moldova**



**Academia de Studii Economice din Moldova  
Colegiul Național de Comerț al ASEM**

MD-2005, Chișinău, str. Petru Rareș, 18, tel.:(373 22) 40 27 19 tel./fax:40 27 91



**SUPORT DE CURS**

**F.02.O.009 Corespondența economică**

**Specialitatea: CONTABILITATE**

**Chișinău, 2019**

## CUPRINS

<b>TEMA 1. CORESPONDENȚA – DISCIPLINĂ DE STUDIU.....</b>	<b>3</b>
<b>TEMA 2. PREZENTAREA CORESPONDENȚEI ECONOMICE.....</b>	<b>6</b>
<b>TEMA 3. REDACTAREA SCRISORII DE AFACERI.....</b>	<b>12</b>
<b>TEMA 4. TIPURILE DE SCRISORI OFICIALE.....</b>	<b>16</b>
<b>TEMA 5. CURRICULUM VITAE (C.V.).....</b>	<b>20</b>
<b>TEMA 6. CORESPONDENȚA CU FURNIZORII. ....</b>	<b>23</b>
<b>6.1. Cererea de ofertă.....</b>	<b>23</b>
<b>6.2. Oferta – cel mai important document oficial.....</b>	<b>27</b>
<b>TEMA 7. COMANDA ȘI CONFIRMAREA.....</b>	<b>31</b>
<b>7.1. Reclamația și remedierea.....</b>	<b>33</b>
<b>TEMA 8. CORESPONDENȚA INTERNĂ.....</b>	<b>36</b>
<b>8.1. RAPORTUL .....</b>	<b>36</b>
<b>8.2. Procesul- verbal.....</b>	<b>39</b>
<b>TEMA 9. REGULILE GENERALE PRIVIND REDACTAREA SCRISORII DE PREZENTARE (INTENȚIE).....</b>	<b>42</b>
<b>9.1. Structura scrisorilor de referință și de recomandare.....</b>	<b>45</b>
<b>TEMA 10. INVITAȚIILE OFICIALE.....</b>	<b>47</b>
<b>10.1. Cărțile de vizită de afaceri.....</b>	<b>48</b>
<b>10.2. Scrisorile de felicitare și de marcare a unor ocazii speciale.....</b>	<b>50</b>
<b>BIBLIOGRAFIE.....</b>	<b>53</b>
<b>ANEXĂ</b>	
<b>MODELE DE SCRISORI OFICIALE</b>	

## TEMA NR.1: CORESPONDENȚA - DISCIPLINĂ DE STUDIU

### Obiective:

1. **Identificarea definițiilor, obiectivelor generale și particulare ale corespondenței;**
  2. **Argumentarea avantajelor corespondenței oficiale;**
  3. **Distingerea etapelor de întocmire a scrisorilor oficiale;**
  4. **Enumerarea cerințelor față de corespondența actuală;**
  5. **Clasificarea corespondenței oficiale dintr-o unitate economică.**
1. **Corespondența** include schimbul de scrisori dintre persoanele fizice și juridice.
  2. **Corespondența economică** cuprinde totalitatea scrisorilor dintre agenții economici, cu scopul de promovare a schimbărilor sau a noutăților economice.
  3. **Corespondența oficială** include totalitatea scrisorilor și actelor care servesc drept mijloc de legătură și schimb de informație dintre două persoane juridice sau o persoană juridică și una fizică.

### *Avantajele corespondenței:*

- scrisorile de afaceri oferă posibilitatea redactanților de a medita asupra conținutului, de a selecta mijloacele lingvistice, de a formula și a structura corect gândurile;
- scrisorile permit realizarea contactului cu corespondenții care nu dispun de suficient timp pentru întrevederi, dar necesită explicații detaliate în scris;
- scrisorile originale semnate au putere de convingere mai mare decât convențiile verbale sau decât textele scrise, transmise electronic;
- scrisoarea originală îndeplinește un rol economic și juridic;
- scrisorile sunt cel mai confidențial mijloc de transmitere a informației;
- pentru unii destinatari, scrisoarea este mijlocul principal de comunicare și documentare, fiindcă nu au alte posibilități de recepție, în afara cutiilor poștale și a faxului.

**Obiectivele scrisorilor oficiale** sunt variate, dar trebuie în același timp să fie clare, ca să provoace reacția scontată a destinatarului față de emitent:

- inițierea relațiilor dintre persoanele fizice și juridice;
- stabilirea relațiilor acestora în scopul rezolvării problemelor ce țin de interese comune;
- modificarea sau încetarea relațiilor din anumite motive.

În funcție de **obiectivele generale** sus-numite, se aleg obiectivele particulare, care indică ce se solicită sau se transmite unui partener concret:

- a informa sau a afla ceva;
- a motiva sau a influența (manipula);
- a fi de acord sau a respinge ceva;
- a explica sau a rectifica ceva;
- a reclama ceva;
- a cere scuze/ a exprima regrete față de o situație;
- a solicita sau a oferi ceva;
- a face comandă, a cumpăra sau a apela la ceva;
- a face o invitație;
- a accepta sau a refuza ceva;
- a mulțumi cuiva pentru ceva.

Cele mai importante **cerințe** față de corespondența actuală sunt cele ce urmează:

- să fie elaborată la costuri avantajoase;
- promptitudinea răspunsului;
- să aibă obiective, scopuri reale, bine definite;
- să fie adresată unor destinatari concreți;
- să fie eficientă;
- să aibă impact psihologic asupra destinatarului, bazat pe emoții;
- să fie prezentată conform rigorilor;
- să se conformeze identității și imaginii firmei;
- să aibă un limbaj corect, modern, adecvat obiectivului corespondenței.

## **Etapele întocmirii unei scrisori oficiale:**

### I etapă – stabilirea scopului

II etapă – documentarea constă în culegerea informației necesare pentru tratarea subiectului: studiul corespondenței deja existente, folosirea documentației interne și externe, consultarea actelor normative care reglementează probleme de tipul celor care fac obiectul mesajului respectiv, utilizarea agendei.

III etapă – sistematizarea materialului deja cules sub formă unei schițe care poate fi simplă sau dezvoltată;

IV etapă – scrierea ciornei. Uneori pot fi scrise mai multe ciorne pînă la obținerea formei finale. La această etapă se acordă atenție deosebită introducerii (care constituie cartea de vizită a textului) cuprinsului (care trebuie să deruleze logic) și încheierii (care sintetizează mesajul textului, reprezentînd „ultima impresie” cu care rămânne destinatarul).

V etapă – revizuirea și corectarea – nu reprezintă o etapă finală. Se verifică organizarea textului (structura, ierarhizarea ideilor), corectînd greșelile gramaticale, de punctuație și lingvistice.

VI etapă – dactilografierea – scrierea cu ajutorul calculatorului, apoi formatarea și editarea (scoaterea la imprimantă).

## ***Clasificarea corespondenței oficiale***

### După natura emitentului:

- **privată** (prospecte, rezervări, reexpedierea poștei, abonamente la ziar, scrisori de felicitare, scrisori de mulțumire, telegrame);
- **oficială** (cereri de ofertă, reclamații, comenzi etc.)

### După modul de întocmire:

- documente tipizate
- documente netipizate

### După obiectul ei:

- corespondența de solicitare (cererea, demersul, comanda, cerere de ofertă);
- corespondența de dispoziție (decizia, ordinul, dispoziția);
- de informare (ofertă, raportul, darea de seamă, referatul, circulara, referința);
- de constatare (procesul-verbal, actul, minuta, încheierea);
- însoțitoare de acte (scrisoare de însoțire personalizată);
- corespondența de reclamare (scrisori de avertizare, reclamația);
- corespondența doveditoare (adeverința, certificatul, delegația, chitanța)

### Din punctul de vedere al intenției, distingem:

- de inițiativă (cererea de ofertă, cererea oficială, reclama)
- de răspuns (cererea de ofertă bazată pe ofertă, remedieri)
- de revenire (avertizări, reclamații)

### După natura exemplarelor sau a modului de întocmire:

- originalul
- copia simplă
- copia de pe original
- duplicatul
- extrasul

### După modul de transmitere:

- obișnuită
- telegrafică
- telex
- publicistică (mass-media)

### După criteriile poștale sau regimul de circulație:

- simplă
- cu indicații special (recomandat, expres, cu răspuns plătit)
- cu regim special (secretă)

### **Glosar tematic**

**Biblioraft** – mapă de carton, cu un dispozitiv special, în care se păstrează acte sau scrisori oficiale clasificate conform unor criterii.

**Bruion** – cioră, schiță, concept.

**Clasor** – obiect (mapă, album, cutie, dulap) special confecționat pentru păstrarea documentelor clasate.

**A dresa** – a redacta, a încheia un act oficial.

**Înscris** – act, document, dovadă.

**Obiectiv** – scop, țel, țintă.

**Rigoare** – asprime, severitate.

**A sista** - a întrerupe, a opri, a suspenda o activitate.

### **Sarcini de muncă independentă**

#### **1. Continuați șirul obiectivelor:**

O scrisoare permite:

- inițierea relațiilor dintre persoanele fizice și juridice;
- stabilirea relațiilor acestora în scopul rezolvării problemelor ce țin de interese comune;
- explicarea sau rectificarea unor chestiuni.
- ...

2. Cu ce alt mijloc de comunicare poate fi înlocuită o scrisoare având următoarele obiective?

- inițierea relațiilor dintre persoanele juridice;
- explicare și soluționarea unor probleme;
- reclamarea unor deficiențe;
- invitarea oaspeților la un jubileu.

3. Care dintre următoarele două mijloace de comunicare este mai eficient în situațiile a,b,c, d? Motivați varianta răspunsului.

- a expedia o scrisoare;
  - a examina chestiunea prin comunicarea telefonică.
- a) a oferi cuiva un post de lucru;
  - b) a-l informa pe subaltern despre majorarea salariului;
  - c) a solicita agenției de turism informații despre programul de zbor al avioanelor;
  - d) a se adresa unei agenții (care indică în aviz numărul de telefon și adresa) în privința angajării în serviciu.

4. *Correspondența de afaceri este unul din „cele mai eficiente mijloace de comunicare între întreprinderi și firme”. Sunteți de acord cu această afirmație? Argumentați-vă părerea.*

## **Tema nr.2: PREZENTAREA CORESPONDENȚEI ECONOMICE**

### **Obiective:**

- 1. Descrierea trăsăturilor caracteristice ale papetăriei de birou în funcție de caracterul activității unității economice;**
- 2. Analizarea și aplicarea regulilor de prezentare grafică și estetică a corespondenței oficiale;**
- 3. Identificarea particularităților gramaticale, lexicale și stilistice la întocmirea scrisorilor de afaceri.**

### **1. Papetăria de birou – prima impresie despre partener**

Papetăria firmei, corespondența scrisă joacă un rol important în crearea imaginii firmei.

Exemple de papetărie:

- hîrtie de corespondență
- hîrtie de fax
- cărți comerciale
- plicuri
- invitații
- somații
- oferte
- scrisori de refuz
- documente comerciale
- ambalaje, etichete
- afișe și altele

În general papetăria include hîrtia cu antet, care produce efecte de finețe ori invers de neglijență față de activitatea întreprinderii.

Hîrtia cu antet (numită și „cap de pod”) e primul act de design comercial al unei unități economice, de aceea o atenție deosebită se atrage la calitatea hîrtiei, calitatea designului grafic, caracterul textului tipărit, calitatea scrisului, exprimarea mesajului.

Pentru a alege corect tipurile de hîrtie și un designer de succes, managerii trebuie să respecte următoarele cerințe:

- designul antetului, simbolul sau marca întreprinderii;
- tipurile de hîrtie
- calitatea și structura hîrtiei
- culorile
- dimensiunile
- procesul de imprimare folosit.

### **Modul de imprimare folosit**

1. **TIPĂRIREA** este cel mai des utilizat mod de imprimare.
2. **GRAVAREA** e un procedeu de tipar în care imaginea ce urmează a fi tipărită este gravată pe o placă metalică atașată unui cilindru. Acesta este rotit și impregnat cu cerneală iar secțiunile care nu conțin imagine sunt spălate. Hîrtie este trecută și presată între doi astfel de cilindri.
3. **IMPRIMAREA ÎN RELIEF** a literelor sau „scriere pentru orbi”, se are în vedere că antetul se ridică proeminent de pe hîrtie, putând fi perceput cu degetele. Imprimarea în relief este folosită de companiile bogate scriind antetul în relief cît și cărțile de vizită.
4. **FILIGRANUL**, desen de fond transparent, executat în procesul de producere a hîrtiei. Se vede bine, dacă hîrtia este ținută la lumină. Cel mai de lux mod de imprimare.

## **Așezarea scrisorii în plic**

Scrisoarea se pliază în trei părți egale așa, încât adresa să fie plasată aproximativ până la centrul foii, ocupând o treime din lățimea ei.

Procedeu clasic de pliere și introducere a unei scrisori:

1. se întoarce partea de jos a scrisorii (1/3 din foaie) considerată de jos în sus
2. Partea de sus se îndoaie până se întâlnește cu partea de jos a hârtiei împăturite, astfel împărțind hârtia în 3 părți egale.
3. scrisoarea se introduce cu partea de sus îndoită, spre partea din spate a plicului, astfel ca la deschiderea plicului, să se poată citi adresa la prima desfacere a hârtiei, fără ca ea să fie întoarsă.

## **Forma grafică și estetică de prezentare a textului unei scrisori de afaceri**

Autorii scrisorilor pot să-și utilizeze fantezia și creativitatea la infinit, dar sunt reguli generale de care trebuie să țină cont toți corespondenții.

### **1. Plasarea textului în pagină**

Cel mai des se utilizează formatul A4, dar este și A5(memo) la care se folosesc plicurile corespunzătoare.

*Forme grafice specifice scrisorilor de afaceri*

2. *Tipurile de fonturi* folosite în corespondența de afaceri: Times New Roman

3. *Mărimea fontului* (12-14)

4. *Intervale dintre rânduri* 1,5

5. *Alineatele* se separă printr-un rând de textul premergător și cel următor.

6. *Enumerările* se utilizează când textele sunt mai lungi și se scriu prin liniuțe, puncte de enumerare, cifre, litere mici în ordine alfabetică.

7. *Paragrafe și capitole*

8. *Paginarea*

## **Particularitățile gramaticale, lexicale și stilistice specifice corespondenței oficiale.**

Ca urmare a caracterului și rolului pe care îl joacă în afaceri corespondența oficială se supune unor reguli mai stricte decât cele ce privesc corespondența obișnuită. Informațiile scrise nu trebuie să fie adaptate doar ca formă, ci trebuie să-și atingă scopul printr-o concepție atrăgătoare și, mai ales prin conținutul bine formulat. În acest context, la redactarea unei scrisori economice, urmează să se țină cont de următoarele particularități:

**Claritatea** – principiu comun tuturor stilurilor, respectat riguros în corespondența oficială. Claritatea se asigură prin evitarea tuturor cuvintelor, expresiilor și a formelor gramaticale care exprimă aproximații, nesiguranță, înțelesuri alternative. În scrierea documentelor este urmărită cu multă grijă, întrucât, este vorba de fapte, situații, drepturi, obligații, răspunderi care dacă nu sunt prezentate clar, produc prejudicii părților.

Una din condițiile prin care o scrisoare sau un act bine înțeles o constituie folosirea limbajului standard. Limbajul standard, fiind o formă particulară a limbii literare, presupune o formă de manifestare lingvistică corectă, îngrijită, însă trebuie de ținut cont de faptul că trăsătura caracteristică a limbajului standard constă în utilizarea neologismelor. Este regretabil faptul, că alături de cele mai rafinate unități lexicale apar și greșeli de paronime. De aceea, din vocabularul standard trebuie selectate numai cuvinte și expresiile potrivite cu noțiunile, ideile sau problemele tratate în scrisoarea respectivă.

**Corectitudinea** impune respectarea întocmai a normelor, formelor și regulilor gramaticale, ortografice, de punctuație etc. Scrierea corectă a unei scrisori exprimă în mare

măsură respectul pe care îl datorează și îl manifestă expeditorul. Corectitudinea în corespondență contribuie la evitarea confuziilor și interpretărilor greșite pe care ar putea să le provoace greșelile gramaticale.

Este suficientă plasarea incorectă a unei virguli, pentru a schimba înregul sens al frazei.

Când ne referim la corectitudine avem în vedere nu numai aspectele gramaticale, ci și aspectele legate de conținutul propriu-zis al mesajului, scrisoarea poate fi folosită adesea ca document în relațiile dintre parteneri.

**Concizia** este o condiție specifică stilului corespondenței, întrucât scrierea, multiplicarea, lectura etc, necesită cheltuieli de timp și materiale. Această trăsătură stilistică se poate realiza prin fixarea ideilor în propoziții scurte, grupate logic în paragrafe și prin folosirea obligatorie a terminologiei de specialitate. În același timp, o scrisoare trebuie să fie completă. (*De ex. „Acest calculator este performant” în loc de „Acest calculator este de foarte bună calitate și de aceea prezintă performanțe foarte bune”*). Orice omisiune duce la scrisori suplimentare.

**Precizia** se asigură prin utilizarea terminologiei de specialitate, prin folosirea obligatorie a unităților de măsură oficiale, prin exprimarea în litere alături de exprimarea cifrică ori de câte ori este vorba de sume, cantități etc.

**Sobrietatea și oficialitatea** este impusă de faptul că actele oficiale trebuie să aibă un caracter obiectiv, impersonal. **Sobrietatea** este înrudită cu **concizia**, dar în plus, ea se apropie de aspectul oficial, pe care trebuie să-l ofere certificările și toate relațiile care se fac în corespondență. Comunicare în actele oficiale trebuie să fie lipsită de încurcătură afectivă.

**Politețea și demnitatea.** Politețea este ceva elementar, ceva ce stă în firea oricărui om civilizată. Nu costă, dar poate aduce profit și alte beneficii. În corespondență nu se admite, sub nici o formă limbajul de indignare, chiar și atunci când emitentul scrisorii a suferit din partea destinatarului anumite neplăceri. Folosirea pronumelor de politețe asigură aceste cerințe.

**Naturalețea și simplitatea.** Se impune folosirea cuvintelor simple, nepretențioase. Trebuie să scriem pentru a exprima și nu pentru a impresiona. Tonul unui mesaj este definit de percepția destinatarului, de ceea ce citește el „printre rânduri” și în spatele cuvintelor. Tonul se definește astfel prin capacitatea pe care o are stilul unei scrisori de a produce anumite reacții destinatarului.

Pentru a evita astfel de cuvinte și expresii lexicale, care generează cele mai mari carențe (lipse, deficiențe, neglijență) limbajului economic și celui comercial, vom examina unele din frecvențele greșeli care pătrund, în ultimul timp, în limbajul standard, motivate de prezența bilingvismului rus-român.

### **Greșelile utilizate în corespondența oficială**

**Calchierile (calcurile).** Frecvența sporită a calchierilor întâmplătoare, chiar și în limbajul oamenilor instruiți, îi face să le accepte și să le utilizeze, ceea ce duce la infiltrarea și în stilul administrativ scris, și mai ales în scrisorile oficiale.

În spațiile de bilingvism, în competiție cu limba rusă, care de fapt, este limbă de comunicare interetnică și de afaceri, limba română câștigă teren cu greu. Legislați lingvistică în vigoare acordă drepturi largi limbii ruse și preconizează că, în instituțiile publice, documente ar trebui perfectate în două limbi – în limba de stat și în limba rusă. Acest fapt duce la un număr imens de acte și scrisori oficiale traduse, deoarece mulți funcționari care nu cunosc limba de stat, perfectează actele în limba rusă, după care ele sunt traduse în limba română, ceea ce generează un flux de enunțuri greșite:

- calchiera eronată a verbelor. Exemplu, verbul „rassmotreti” este tradus în limba română „**a precăuta**” – este *greșit, corect* va fi „**a examina, a analiza, a studia**”. În propoziții cuvântul „staratisea” în limba română „**a se stărui**”. Exemplu: „*Ne-am stărui foarte mult ca oferta noastră să corespundă întocmai caracteristicilor...*” **Corect** va fi: „*Ne vom strădui...*” sau „*Am făcut tot posibilul ca...*”.



Cel mai des apar verbele care, în afară de faptul că se aseamănă la pronunțare, mai au și unele sensuri asemănătoare. Exemplu: **a primi** – *prineati*, **a sta** – *stati*, **a citi** – *citati*. ”Firma a primit hotărârea de a...”- **greșit**, „A luat/ a adoptat hotărârea”- **corect**.

- **Echivocurile.** Comise în textele de corespondență, asemenea greșelinu vădesc doar agramatismul, ci pot produce și prejudicii uneia dintre părți, căci interlocutorul, din cauza exprimării neclare, poate să perceapă textul în două feluri sau în mod greșit. Exemplu: „Firma coordonează **cu** lucrările” – **greșit**, în loc de prepoziția „**de**”- **corect**.

În cazul enunțurilor publicitare din ziare, care aduc la cunoștința cititorilor că o firmă oarecare „execută mănuși din pielea clienților”sau fabrică „pălării pentru bărbați din paie”și „haine pentru copii de lână”. Este cert că marca unei întreprinderi, făcându-și reclamă pe etichete, pe indicatoare de prețuri sai ambalaje, va avea de suferit, într-un mod sau altul, chiar dacă produsul va fi de calitate.

- **Pleonasmul și tautologia.** *Pleonasmul* este o greșeală care constă în reluarea nejustificată, într-un enunț, a aceluiași sens, iar **tautologia** constă în repetarea aceluiași cuvânt sau a unor cuvinte formate de la aceeași rădăcină. Exemplu: „Vom da o mare **importantă însemnătății dezvoltării relațiilor noastre**”, „Prin prezenta, revenim din nou la reclamația noastră **care** a fost expedită la ... , aducându-vă la cunoștință despre ..., la **care** nu am primit nici un răspuns”.
- **Greșeli generate de folosirea inadecvată a sinonimelor.**

Între verbele „a se strica”, „a se deteriora”, „a se avaria”, „a se altera”, „a se defecta”, există diferențe de sens pe care le simțim, dovadă că nu trebuie folosite la întâmplare, în pofida relațiilor de sinonime dintre ele. Exemplu: „Cu părere de rău, am depistat că aproximativ 200 kg de roșii erau **stricate** (corect – „alterate”).

- **Greșeli generate de paronimie.** Majoritatea studiilor de specialitate consideră paronimele „perechi” de cuvinte cu o formă aproximativ asemănătoare, dar cu înțelesuri diferite. Ex.: „*firmă*” în loc de „*firmă*”

„Am *investit* (a acorda unei persoane, în mod oficial un drept) în această întreprindere 20 mln. lei”. „A *investi*” – a aloca, acheltui un capital într-o întreprindere.

- **Folosirea cuvintelor recente (neologisme).** La folosirea lor în scrisorile oficiale, trebuie să se țină cont și de un alt principiu: ele pot fi utilizate numai dacă sunt cunoscute de către cei care-s dispuși să citească textul expedit. Ex.: „bancomat”, „designer”.

În acte și scrisori de afaceri sunt evitate formulările de prisos, explicațiile inutile, repetările. Ele trebuie înlocuite cu terminologia de specialitate ce conferă o exprimare succintă. De exemplu, în fraza: „Vă rugăm să ne indicați ce *reduceri de preț* faceți la achiziționarea produselor în *volume mari*”sunt bineveniți termenii: „remiză” / „rabat” și „angro”, în locul îmbinărilor: „*reduceri de preț*” și „*volume mari*”. Propoziția sau fraza lungă generează, în unele cazuri, confuzii, provocând dificultăți în receptarea textului.Or, destinatarul trebuie să înțeleagă totul dintr-o singură privire. În loc de: „*Avem onoarea de a vă aduce la cunoștință că am primit comanda Dvs*”, se recomandă a fi folosită una din formulele: „*Vă aducem la cunoștință...*”, „*Vă informăm că ...*”.

- **Exactitatea**

Reușita unei scrisori de afaceri este condiționată și de precizia datelor și a informațiilor. O calitate a preciziei este folosirea obligatorie a unităților de măsură oficiale și exprimarea lor în litere, alături de exprimarea cifrică, când e vorba de sume și cantități.

Un act de politețe față de corespondenții cărora li se datorează un răspuns este și **promptitudinea** – executarea la timp, fără întârziere, a lucrărilor, ceea ce presupune și evitarea aglomerării de corespondență nerezolvată.

La redactarea corespondenței oficiale, **se respectă întocmai normele, formele și regulile gramaticale, ortografice și de punctuație.** Redactarea corectă a unei scrisori oglindește, într-un fel, respectul pe care îl manifestă emitentul față de interlocutor.

## Abrevierile utilizate în corespondența oficială

Folosirea abrevierilor prezintă un triplu avantaj: *economie de timp* în ce privește redactarea, citirea, dactilografierea documentelor; *economie de spațiu* în pagină și *economie de materiale* (hârtie, cartuș, toner în cazul utilizării imprimantei).

Deosebit de importantă este însă folosirea corectă a abrevierilor, atât din punct de vedere al scrierii lor, cât și al poziționării în frază. Se recomandă, utilizarea rațională a abrevierilor, în sensul de a nu face abuz de abrevieri în text, ceea ce ar conduce la dificultatea și înțelegerea cuvintelor și expresiilor pe care le reprezintă, cât și la considerarea scrisorii ca o lipsă de politețe față de destinatar. Nu se vor folosi abrevieri în titulaturi (se scrie „Domnule Director” și nu „Dl. Director;” „Ordinul nr. ” și nu „Ord. nr.”)

### Glosar tematic

**Însemn, însemne** – Semn distinctiv al unei demnități, al unui rang, al unui ordin; (aici) semnul distinctiv al unei unități juridice. Din fr. **insigne**.

**design, designuri** – **1.** Estetică industrială modernă. **2.** Disciplină care urmărește îmbinarea frumosului cu utilul în industrie.

**ocru** – Culoare galbenă-brună. Din fr. **ocre**

**filigran, filigrane** – **1.** Lucrătură artistică asemănătoare cu o dantelă, executată din fire subțiri de aur, argint etc., sudate între ele. **2.** Desen de fond executat ca marcă pe hârtiile de valoare, (aici) pe hârtia cu antet. Din fr. **filigrane**.

**font, ponturi** – Modalitate de prezentare și prelucrare pe monitor sau pe hârtie a formei, a stilului și a mărimii unei litere; tip de literă.

**tria, triez** – A selecționa și a clasa ceva după anumite criterii. Din fr. **trier**.

**aldin, -ă, aldine** – (Literă de tipar) care are liniile mai groase decât cele ale literelor obișnuite. Din it. **aldino** (de la numele tipografului *Aldo Manuzio*).

**investi, investesc** – A face o investiție; a plasa un fond, un capital într-o întreprindere. Din fr. **investir**, lat. **investire**.

**învesti, investesc** – A acorda unei persoane în mod oficial un drept, o demnitate. Din fr. **investir**, lat. **investire**.

**deferent, deferenți, -te** – Care dă dovadă de deferență, respectuos; condescendent (binevoitor). Din fr. **deferent**, lat. **deferens, -ntis**.

**papetărie, papetării** – **1.** Magazin sau secție într-o librărie în care se vând caiete, hârtie, creioane, penițe etc. **2.** Produs obținut sub formă de foi (hârtie, carton) sau de obiecte din pastă de fibre celulozice. Din fr. **Papeterie**

### Probleme supuse discuției

1. De ce aveți nevoie, cu adevărat, când începeți o afacere, ca să arătați că sunteți o întreprindere serioasă?
2. Care ar fi necesarul de papetărie când este deschisă o întreprindere nouă?
3. Sunteți o întreprindere care produce haine pentru adolescenți. Ce culori ați folosi pentru papetăria dumneavoastră? Motivați-vă răspunsul.
4. Scrisoarea împăturită în două trebuie pusă cu muchia îndoită în sensul plicului sau în josul lui? Motivați-vă răspunsul.
5. Ce regulă ați stabili la întreprinderea dumneavoastră pentru a prevedea orice erori de întocmire a corespondenței?

### Sarcini de muncă independentă:

1. De ce aveți nevoie, cu adevărat, când începeți o afacere, ca să arătați că sunteți o unitate economică serioasă?
2. Care ar fi necesarul de papetărie, când este deschisă o entitate nouă?
3. Ce regulă ați stabili la entitatea Dvs. pentru a prevedea orice erori de întocmire a corespondenței?

## **Exerciții și situații de caz**

**Exercițiul nr.1.** Enumerați cele mai frecvente erori care se comit în corespondență: numiți tipurile de greșeli de exprimare comise în corespondența oficială. Invocați câte un exemplu de fiecare greșeală.

**Exercițiul nr.2.** Comițându-le permanent în procesul actului administrativ, calchierile greșite se infiltrează și în stilul administrativ. Depistați-le și faceți corectările corespunzătoare.

**Exercițiul nr.3.** Stăpânirea insuficientă a sensului unor cuvinte conduce la situația când nici raportul de cauzalitate nu este sesizat corect și, din această pricină, se comit atât erori de fond, cât și de formulare. Depistați greșelile din enunțuri și faceți corectările necesare.

**Exercițiul nr.4.** Fiecare cuvânt are sensul lui care îl situează în raport de compatibilitate sau incompatibilitate cu altele. Depistați îmbinările în care unul dintre cuvintele determinate exprimă o noțiune cu termen determinat, de exemplu: întajutorare univocă, procent la mie.

**Exercițiul nr.5.** Imprecizia termenilor, abuzul de metafore și de împrumuturi din domenii care nu intră în sfera economiei fac tot mai dificilă înțelegerea unor fapte și date chiar din actualitatea imediată. Depistați greșelile de exprimare din contextele respective. Faceți corectările necesare.

## **Limbaaj de specialitate**

**Exercițiul nr.1.** O bună cunoaștere a termenilor va sta la baza unui principiu – concizia – fără de care textul unei scrisori de afaceri își pierde din valoare. Pentru a respecta principiul conciziei, substituiți perifrazele evidențiate în contexte cu termenii adecvați.

**Exercițiul nr.2.** Găsiți accepțiile următoarelor cuvinte și paronimle corespunzătoare acestora: **a evalua, perifrază, deferent, eventual, alocație, serviabil, fortuit, manager, temporal, acceptare, a prescrie, virtual, arbitral, a invoca.**

### Tema nr. 3: REDACTAREA SCRISORII DE AFACERI

#### Obiectivele:

1. Identificarea și descrierea elementelor componente ale scrisorii oficiale.
2. Elementele ocazionale utilizate în scrisorile oficiale.

Scrisoarea economică trebuie să includă următoarele elemente componente:

- antet
- data și număr
- adresa destinatarului
- referințe
- formula de salut
- conținutul scrisorii: introducere, cuprins și încheiere
- formulele de salut sau respect
- funcția emitentului
- numele, prenumele
- semnătura
- ștampila
- referiri la anexe

Pentru scrisorile economice, regula recomandă poziții stabilite în spațiul hârtiei de corespondență format A4.

#### *Elementele obligatorii ale scrisorii economice*

**Antetul** cuprinde următoarele **elemente obligatorii**:

- marca de producție sau marca de comerț, ori emblema firmei;
- denumirea întreprinderii, companiei, firmei sau numele expeditorului;
- statutul juridic al unității comerciale;
- adresa (strada, localitatea, țara, codul poștal);
- numărul de telefon precedent de prefixul țării și prefixul localității
- numărul de fax;
- e-mail

**Elemente ocazionale:**

- numărul de înregistrare la registrul comerțului;
- cont bancar;
- cod fiscal.

Conform legii Republicii Moldova privind registrul comerțului, firmele și emblemele vor apărea în antet în primul

rând în limba română și apoi în altă limbă (la dorința fiecărui comerciant).

Antetul poate fi plasat central și lateral în partea stângă de sus a foii.

**Statutul Juridic** se indică , ex.: „S.A.” - societate pe acțiuni; „S.R.L.” - societate cu răspundere limitată; „S.C.” – societate

în comandită. **Data și numărul** sunt elemente indispensabile scrisorii, astfel determinând identitate ei. Ex.: 20 septembrie 2007 Nr. 40  
sau invers.

Un document fără dată nu este luat în considerare, din punct de vedere legal.

**Adresa destinatarului** se scrie mai jos de dată sau mai jos de numele expeditorului. Aici se indică:

- numele și funcția destinatarului
- denumirea direcției, biroului (dacă e cazul)
- denumirea unității economice
- adresa firmei
- **Folosirea titlurilor în scris.** Exemple: „Domnului Florin Popescu” sau „Florin Popescu”, *doctor în economie* – dacă are titlu de profesie sau „Către Ministerul Finanțelor”.

- **Referințe** Pe scrisorile economice se trece un număr de cod sau de dosar urmat de dată ori despre ce este vorba în scrisoare, la ce document se referă, când este datat documentul. De ex: „Ref.: Factura neachitată cu nr. 513 din 25.12. 2014.”
- Se plasează sub formula de salut.
- **Formula de adresare**, de regulă se indică numele persoanei „Doamna Angela Oprea”
- Dacă se cunoaște titlul de funcție sau de profesie, atunci ne adresăm: „Stimată Doamnă ...”. În cazul scrisorilor adresate unei oficialități sus puse, atunci titlurile sunt absolut necesare. Exemple: „Domnule Rector”, „Domnule Ambasador”, „Domnule Ministru” etc. Toate titlurile de funcție se scriu cu majusculă, apoi se pune virgula, iar textul scrisorii va începe cu literă mare.
- **Obiectul scrisorii** trebuie să prezinte succint problema care e tratată în scrisoare.
- **Conținutul scrisorii** e atributul principal și decisiv al scrisorii. Textul are 3 paragrafe esențiale în trimiterea scrisorii economice:

➤ *introducere , cuprins și încheiere*

Partea introductivă enunță subiectul ce urmează a fi tratat. Exemple de formule de adresare la începutul unei scrisori:

- *Ne face plăcere să vă informăm că ...*
- *V-am rămâne recunoscători dacă ne-ați inform referitor la...*

**Conținutul textului sau tratarea textului** constă în explicarea problemelor respective cu toate detaliile și argumentele necesare pentru soluționarea lor. De fapt, la redactarea acestui paragraf se pot utiliza 2 metode: *directă sau clasică* (se inițiază cu motivarea urmată de concluzie) și metoda *indirectă* (concluzie-motivare, se face o analiză mai amplă a motivării). Exemple de formule de adresare din conținutul unei scrisori:

Când se furnizează informații:

- *Am vrea să subliniem faptul că ...*
- *Potrivit informațiilor primite de la ...*

Când se realizează o cerere:

- *V-am fi recunoscători dacă veți face tot ce este posibil pentru a ...*
- *Sunteți amabili să ne trimiteți spre informare...*

Când se exprimă regrete:

- *Regretăm că nu vă putem informa referitor la ...*
- *Regretăm nespus de mult că nu putem profita de oferta dvs. ...*
- *Vă rugăm să acceptați scuzele noastre...*

În *paragraful de încheiere* se exprimă speranța de a primi un răspuns, o confirmare, de a încheia afaceri avantajoase sau se face referințe la urgența soluționării problemei abordate. Formule de adresare din încheierea unei scrisori:

Când se realizează o cerere:

- *Fiți amabil și comunicați-mi prin fax acordul dvs.*
- *V-am fi recunoscători pentru orice informație suplimentară ce ne-ați putea-o oferi...*

Când se promite un răspuns:

- *Vă vom furniza detaliile suplimentare cât mai curând posibil...*
- *Îndată ce vă vom putea comunica ceva precis vom lua legătura...*

Când se exprimă mulțumiri, speranțe, promisiuni:

- *Vă rugăm să primiți mulțumirile noastre anticipate...*
- *Sperăm că oferta noastră vă va interesa...*
- *Puteți fi siguri că vom face tot ce putem pentru a ...*

Respingerea unei oferte:

- *Regretăm că nu putem accepta oferta pe care ne-ati făcut-o în data de... O vom avea însă în vedere pe viitor...*
- *Apreciem oferta dvs. la un preț redus dar considerăm că produsele nu sunt potrivite pentru această piață...*

**Formula de politețe**

- „Cu stimă” – în majoritatea cazurilor
- „Cu cele mai bune sentimente” – ceva mai familial
- „Cu sentimente alese” – relații furnizor-client, patron-funcționar
- „Cu respect” – de la cel mai tânăr la cel mai în vârstă

- „Cu cea mai înaltă considerație” – utilizate la scrisorile solemne destinate pentru un funcționar înalt.

**Semnătura** un element obligatoriu al fiecărui document. Pot fi și mai multe semnături pe un document.

**Ștampila** se pune pe semnătura conducătorului. Corespondența tipizată are lor special pentru ștampilă.

**Anexele** – mențiunea „Anexe” atenționează persoana care citește că va găsi documente ce însoțesc scrisoarea. De obicei se scrie în partea stângă: *Anexă*: Catalog – 1.

### **Zece condiții indispensabile corespondenței de afaceri:**

Să se scrie într-un mod clar, simplu și lizibil.  
Să se redacteze, pe cât e posibil, fraze scurte.  
Să se evite exagerările în ceea ce privește politețea și familiaritatea, dar să se respecte tonul deferent al scrisorii.  
Să se evite neînțelegerile ce pot să coste scump: informațiile trebuie să fie exacte.  
Să se structureze scrisoarea în paragrafe bine marcate.  
Să se scrie titulaturile necesare în formulele de apel și în adrese.  
Să se acorde o atenție deosebită modului de redactare a datei, a formulelor introductive și a celor de încheiere.  
Să se pună corect semnătura și numele autorului scrisorii și să se menționeze funcția acestuia în cadrul întreprinderii.  
Să se completeze plicul corect și lizibil ca și scrisoarea însăși.

### **Glosar tematic**

**Antet, anteturi** – Indicație tipărită în partea de sus a unei foi de hârtie sau a unui plic, cuprinzând numele, adresa etc. unei instituții sau a unei persoane.

**mostră, mostre** – 1. Obiect dintr-o serie de obiecte identice sau cantitate mică dintr-o marfă, dintr-un material etc., după care se pot aprecia anumite însușiri ale acestora; probă, eșantion, model. *Târg de mostre*. 2. *Fig.* Exemplu, pildă.

**pertinent, -ă, pertinenti, -te**, – 1. Care se potrivește exact obiectului despre care este vorba, care este adecvat pentru ceea ce vrea să argumenteze; care denotă profunzime, competență; care se raportează exact la chestiune, la fondul cauzei; potrivit, nimerit, convenabil. 2. (Inform.; despre sisteme informaționale, stocuri de informații) Care are calitatea de a satisface cerințele obiective de informare ale unui beneficiar. – Din fr. **pertinent**.

**sigiliu, sigilii** – 1. Obiect alcătuit dintr-o placă (cu mâner) pe care este gravată o monogramă și care se aplică pe un act oficial, ca dovadă a autenticității lui. 2. *Fig.* Semn distinctiv, marcă. 3. Ceară roșie pe care s-a imprimat prin apăsare o ștampilă și care servește la sigilarea unui obiect, a unei încăperi etc., pentru a evita desfacerea lui de către persoane neautorizate. – Din lat. **sigillum**.

**silențios, -oasă, silențioși, -oase** – Tăcut, liniștit. Care nu face zgomot. *Mașini silențioase*. – Din fr. **silencieux**, lat. **silentosus**.

**solicitudine, solitudini** – Atitudine plină de grijă, de bunăvoință, de prietenie față de cineva sau de ceva; atenție prevenitoare.

#### **Sarcini de muncă independentă**

1. Redactați câte două-trei formule de introducere pentru următoarele situații:
  - a) confirmarea primirii unui document;
  - b) scrisoarea este adresată pentru prima dată unui potențial partener cu scopul de a preciza modul în care autorul a aflat despre afacerea acestuia;
  - c) autorul enunță problema ce urmează a fi tratată;
  - d) autorul se referă la un fapt sau la o scrisoare anterioară.

2. Scrieți câte două formule de încheiere a scrisorilor pentru următoarele situații:
- a) *autorul își exprimă speranța de a primi un răspuns sau o confirmare;*
  - b) *autorul dorește să încheie o afacere reciproc avantajoasă;*
  - c) *autorul face referire la urgența de a clarifica soluționarea unei probleme;*
  - d) *autorul speră că destinatarul va accepta propunerea făcută.*
3. Enumerați în scris cele mai curențe formule de politețe. Comentați pentru ce situații poate fi folosită fiecare dintre ele.

Exemple de antet

**„STEAUA-REDS” S.A.**  
**MD-2004, mun. Chișinău**  
**Str.Sfatul Țării, 30**  
**Tel.: 23.43.15**  
**Fax: (022) 234215**  
**MARIN DUCA**

**Societatea Mixtă pe Acțiuni**  
**„NUFĂRUL ALB”**  
**MD-2004, mun. Chișinău, str. V. Alecsandri, 3**  
**Tel.: 22 44 50, fax (022) 22 224 60, cap. soc. 20000000,**  
**CT. 1245678931 B.C.C.**

#### **Exerciții și studii de caz**

1. Enumerați în scris cele mai curențe formule de politețe. Comentați pentru ce situații poate fi folosită fiecare dintre ele.
2. Redactați un antet lateral, care trebuie să cuprindă elementele corespunzătoare.
3. Scrieți două-trei formule de introducere și încheiere ale scrisorilor oficiale cu diferite obiecte.

## Tema nr.4: TIPURILE DE SCRISORI OFICIALE

### Obiective:

1. Caracteristicile de redactare a scrisorilor: inițială, de răspuns și de revenire;
2. Întocmirea cererii personale;
3. Caracteristicile de redactare a cererii oficiale.

1. Din punct de vedere al inițiativei, deosebim 3 tipuri de scrisori:

- scrisoarea de inițiativă
- scrisoarea de răspuns
- scrisoarea de revenire

**Scrisoarea inițială** – se întocmește de emitent cu scopul de a iniția, de a organiza, a informa, a oferi sau de a începe ceva. În scrisoarea de inițiativă sunt incluse cererile personale și oficiale, oferta, avizul, publicitatea. Se începe scrisoarea cu următoarele formule: „Prin prezenta vă informăm...”; „Vă rugăm să ne comunicați...”; „În urma verificării, vă comunicăm...”; „Ne face plăcere să vă informăm...”.

**Scrisoarea de răspuns** – fiecare unitate e interesată în rezolvarea la timp și în condiții optime a chestiunilor comune cu partenerii săi. Întârzierea răspunsului poate cauza prejudicii unuia dintre interlocutori și potrivit normelor de politețe, orice corespondent e obligat să răspundă la scrisorile primite în anumite termene. Scrisorile de răspuns sunt de confirmare, de aprobare și de refuz. Exemple de introducere a scrisorii de răspuns: „Ca răspuns la scrisoarea...”; „Referitor la scrisoarea...”; „Confirmăm primirea scrisorii...”; „În baza comenzii Dvs.”; „Suntem surprinși să aflăm din scrisoarea Dvs.”

**Scrisoarea de revenire** – este expediată ca urmare a unei scrisori anterioare pentru un motiv oarecare. Scrisorile de revenire pot viza următoarele probleme:

- contramandarea comenzii;
- rectificarea unor elemente din scrisoarea precedentă;
- devansarea termenului inițial în livrarea unor materiale, în soluționarea unor probleme sau executarea unor lucrări;
- reexaminarea problemei, prezentând noi argumente;
- urgentarea răspunsului.

Formula de introducere a unei scrisori de revenire, trebuie să conțină ideea de referire la scrisoarea precedentă: „Referindu-ne la scrisoarea nr. ...”; „Conform scrisorii nr. ...”; „Potrivit comenzii...”.

### 1. Cererea

**Definiție:** Act prin care este solicitată soluționarea unei probleme.

Cereri pot depune atât persoanele fizice, cât și cele juridice (instituții, organizații, întreprinderi, firme). În primul caz cererea are o structură, iar în cel de-al doilea – alta. În ambele cazuri caracterul cererii ca act oficial este același. Pornind de la premisa că cererile pot fi depuse atât de persoanele juridice, cât și cele fizice, ele se împart în **cereri oficiale** și **cereri personale**. Cu alte cuvinte, cererile depuse de persoanele juridice ar fi numite oficiale, iar cele depuse de persoane fizice – personale. Însă **toate cererile sunt oficiale**, indiferent dacă sunt depuse de persoane juridice sau fizice. Pentru că **cererea este un act, iar actul este numai de cânt oficial**, având consecințe juridice.

#### Cererea personală

**Cererea personală** – scrisoarea prin care o persoană fizică solicită unității unde lucrează sau unui organ de stat anumite drepturi legale. Cererea personală, numită și *petiție*, iar persoana fizică – *petiționar* este scrisoarea prin care emitentul solicită anumite drepturi prevăzute de lege.



Obiectele cererilor sunt variate:

- + angajarea la serviciu
  - + transfer la altă funcție (specialitate)
  - + solicitare de concedii
- 15
- + plata alocației pentru copii
  - + ajutor material
  - + certificare sau legiferare de acte
  - + înscrierea la o formă de învățământ
  - + înscrieri la cursuri de perfecționare, specializare
  - + cereri de pensionare
  - + atribuirea unui teren pentru construcție de imobil
  - + cereri de autorizare sau certificare a unei activități
  - + cereri adresate organelor de justiție etc.

**2. Structura cererii personale. Reguli de redactare**

Adresa cererii

Formula de adresare,

Prezentarea solicitantului (Subsemnat (a) (ul) Numele prenumele, funcția sau locul de muncă, adresa de domiciliu;

Obiectul cererii sau concluzia (rog sau solicit...);

Motivarea (din motivul sau deoarece...) care, în cazul cererilor simple, poate lipsi (în legalizări de acte, cereri de concedii, angajare în serviciu etc.).

Formula facultativă de respect.

Data

Semnătura

**Adresa scrisorii** – se plasează în partea de sus a foii, din alineat sau sub dată și semnătură.

**Formula de apel** – se menționează funcția persoanei căreia solicitantul îi adresează cererea. Se plasează la 3-4 cm mai sus de centrul colii de hârtie, se izolează prin virgulă de textul scrisorii: „Stimate Domnule Director, ”.

**Textul scrisorii** – se scrie din alineat după formula de apel. Este alcătuit din 3 elemente: prezentarea solicitantului, concluzia și motivarea.

- prezentarea – începe cu cuvântul „Subsemnatul” urmate de prenume, nume, loc de muncă, adresa solicitantului. Ex.: ”Subsemnata, Valeria Russu, angajată la Colegiului Național de Comerț al Academiei de Studii Economice din Moldova, domiciliată în or. Chișinău, str. Ștefan cel Mare 23/63”;
- concluzia sau obiectul cererii – începe cu formula stilistică: „rog aprobarea Dvs. pentru a fi transferată la serviciul ...”;
- motivarea – poate fi amplasată cât înainte de concluzie, atât și după concluzie: „Rog să dispuneți acest transfer, din motivul...”

**Încheierea** – cererea se încheie cu o formulă facultativă de respect, de mulțumire sau de salut, fiind amplasată cu un rând mai jos de text. Exemple: „În speranța avizului Dvs pozitiv, Vă mulțumesc anticipat”, „Cu stimă...”.

**Data** se amplasează la stânga, sub text.

**Semnătura** – se plasează vizavi de dată, în dreapta colii de hârtie.

### 3. Cererea oficială

Cererea oficială este scrisoarea prin care o unitate solicită unei alte unități un drept ce i se cuvine și de care depinde rezolvarea unor activități ale unității.

Spre deosebire de cererea personală, în cererile oficiale solicitantul este persoană juridică (un serviciu, o catedră, o unitate etc.). Cererea trebuie să fie clară, fundamentată și precisă. Din concluzie trebuie să reiasă ce se cere, iar din motivare pe ce bază se cere. Cererile oficiale sunt adresate administrației publice și pot avea diferite obiecte:

- aprobări și autorizări
- avizări
- remiteri de acte
- chemări în judecată, cereri de ofertă, prestări servicii.

#### **Structura cererii redactate de persoane juridice cuprunde:**

1. Antetul
2. Numărul și data
3. Denumirea și adresa destinatarului (în dreapta)
4. Expunerea problemei și solicitarea soluționării ei
5. Denumirea funcției, semnătura și numele deplin al persoanei care va semna cererea
6. Ștampila.

#### **Reguli de redactare**

Dispune de toate atributele obligatorii unei astfel de scrisori: antet, adresa destinatarului, concluzia (solicitare), motivarea, semnătura.

Tratarea începe cu solicitarea: „Vă rugăm să dispunem ...”

„Vă rugăm a aviza...” Prin prezenta vă rugăm spre aprobare..., În conformitate cu scrisoarea nr. ..., vă rugăm...”

### **Model de cerere personală**

#### **Cerere de angajare la serviciu**

Directorului S.A. „MOLDOVA-TUR”,  
Domnului Vanu Jereghi

Domnule Director,

Subsemnatul **POPA Ion**, absolvent al *Academiei de Studii Economice* din Moldova, specialitatea “*Turism și Servicii hoteliere*”, domiciliat în mun. Chișinău, str..., rog să dispuneți angajarea mea în funcția de agent de turism cu începere de la data de 30 august 2018....

În sprijinul cererii, menționez următoarele:

- Am absolvit facultatea cu media 9,86;
- Pe parcursul anilor de studii, în perioada august 2015 – iulie 2018, am lucrat în funcția de agent de turism la Agenția „MOLDOVA-TUR”.

La cerere anexez următoarele acte:

1. Curriculum vitae;
2. Copia diplomei cu nr. 112534;
3. Carnetul de muncă (dacă e cazul).

25 august 2018

POPA I.

### **Cuvinte – cheie:**

- Cerere personală;
- Petiție;
- Petiționar;
- Cerere oficială;
- Aprobări;
- Avizări;
- Remiteri de acte;
- Chemări în judecată.

### **Sarcini de muncă independentă:**

1. Prin ce se deosebește redactarea cererii oficiale de cea oficială?
2. Cum se mai numește cererea personală?
3. Ce elemente trebuie să conțină structura unei cereri personale?
4. Cum se încheie o cerere personală?
5. De ce atât cererea personală și cea oficială sunt considerate oficiale?

### **Exerciții**

Redactați cereri personale cu obiectele:

- a) Angajare la serviciu (menționându-se funcția solicitată și anexându-se actele necesare);
- b) Solicitare de concediu fără plată (menționându-se motivul);
- c) Transfer la un alt post de lucru.

## Tema nr. 5: CURRICULUM VITAE (C.V.)

### Obiectivele:

1. **Introducere.**
2. **Analizarea condițiilor de redactare a unui C.V.**
3. **Identificarea elementelor generale ale unui C.V.**
4. **Formarea abilităților de redactare a unui C.V.**

### 1. Introducere

Denumirea latinească „Curriculum Vitae” înseamnă „cursul vieții” sau „o scurtă istorie a carierei autorului”. CV-ul este un act în care o persoană își expune datele cele mai importante din viața și activitatea sa. Este necesar pentru a cunoaște o persoană în vederea angajării ei sau încheierii unor contracte de muncă, de colaborare. La CV poate să se mai anexeze o recomandare sau referințe.

Des întâlnim ediții publicitare unde se anunță concursuri pentru ocuparea locurilor vacante, iar cei interesați trimit CV-ul pe adresele respective și deseori pentru un loc vacant sunt primite sute de CV-uri. În acest moment se începe selecția, este o adevărată competiție între documente, de aceea are importanță: calitatea hârtiei, aranjarea textului în pagină, alegerea literelor, mărimea textului, selectarea cuvintelor, structurarea cuvintelor, structurarea informației.

C.V.-ul tău trebuie să fie cheia către un interviu de angajare și către o ofertă de job. Știi cum să-l folosești ca să-ți deschidă ușile către carieră? Citește pașii de mai jos și vezi cum îți poți îmbunătăți orice curriculum vitae.

**I – Scrisoarea de intenție** – ca parte a unui curriculum vitae, pe care îl completează, care rezumă conținutul acestuia și fundamentează legătura dintre CV și jobul pe care îl ai în vizor;

#### **II – AIDCA: atenție, interes, dorință, convingere, acțiune.**

**A- Atenție** – să atragă atenția recrutorului. Poți atrage atenția managerului prin faptul că ultima experiență are aceeași titulatură cu jobul pentru care aplici;

**I - Interes** – scrisoarea de intenție, ca prima parte a CV-lui tău, a captat interesul angajatorului? Asigură-te că informația vitală, pusă în cel mai atractiv format, se regăsește în prima pagină a CV-lui;

**D – Dorința** – CV-ul tău îl determină pe recruiter să te dorească în companie? Cum poți face acest lucru? Simplu: abilitățile, experiența și calificările trebuie să se potrivească cât mai mult cu cerințele din anunțul de job. În același timp, trebuie să-ți pui în evidență realizările prin verbe de acțiune și cifre edificatoare;

**C – Convingere** – acest lucru poate fi definitivat prin recomandări.

**A- Acțiune** – acesta este momentul în care acționezi, când contactezi direct angajatorul după ce ai aplicat la job.

**III – Perseverența** (străduință) – ai făcut pașii de mai sus și ai un CV câștigător? Este cazul să perseverezi în acțiunile tale, ca să ai succes.

**IV – Structura CV-lui** – ai grijă la lungimea CV-lui tău să fie optimă și să fie ușor de citit. Recruiterul va putea parcurge ușor informația și va fi mai dispus să obțină amănunțele de la tine chemându-te la un interviu;

**V – Actualizarea CV-lui** – atât timp cât CV-ul tău este la zi și îl actualizezi mereu cu informații noi sau pur și simplu îl restructurezi în funcție de jobul pentru care aplici, șansele tale să obții un interviu și ulterior jobul cresc considerabil.

#### **CV-ul perfect trebuie să îndeplinească următoarele condiții**

- **Să aibă o formă de prezentare impecabilă** – adică hârtia să fie de calitate superioară, o singură culoare, impecabil de curată, tipărită, respectând marginile (5 cm – stânga, 2 cm – dreapta, 7-8 cm până la primul rând). Caracterele să fie selectate în dependență de text (majuscule, italice) pentru evidențierea titlurilor.
- Se utilizează sublinierile. Rubricile se prezintă în aceleași margini, spațieri, caractere.
- **Să fie scris clar, concis, hotărât, precis și clasic** – CV trebuie să conțină o pagină;

- **Să fie optimist** – adică să releve competențe, abilități, potențial, energie creatoare, aspirate a fi valorificate (să se evite expresii pesimiste);
- **Să fie convingător** – să trezească interesul de a se întâlni cu autorul CV-ului, astfel păstrând un oarecare mister (ex. cu DVS îmi va oferi posibilitatea de a releva abilitățile mele...); un interviu
- **Să fie pertinent** - să raporteze la fondul cauzei, care are legătură exactă cu obiectul despre care este vorba;
- **Să enumere și să evolueze performanțele autorului**
- **Să fie determinat de personalitatea cititorului** – ordinea logică (clasică) – pune în valoare pregătirea, demonstrează evoluția carierei, iar ordinea anticronologică este modernă – privilegiază ultima experiență, dar este dificil de urmărit;
- **Să fie bine structurat în domeniul de activitate solicitat** – să releve orice experiență avută în domeniul solicitat;
- **Să aibă o imagine originală** – să conțină ceva deosebit, frazele clișee să nu se repete;
- **Să fie sincer** – redactantul nu trebuie niciodată să mintă deoarece se poate verifica întotdeauna nivelul de cunoaștere a unei limbi străine, realitatea unei diplome sau exactitatea unei date;
- **Să fie bine prezentat** – CV-ul să fie însoțit de scrisori de recomandare, diplome, certificate, atestate.

## C.V.-ul europass

Odată cu formarea diverselor entități din cadrul Uniunii Europene, a apărut și necesitatea de procese și instrumente care să faciliteze atingerea diverselor obiective în cadrul Uniunii Europene. Astfel, a apărut și a început a fi promovat C.V.-ul în format **europass**, considerat de foarte mulți cel mai elocvent și eficient model și format de C.V.european. Deja, este folosit intens în multe, dacă nu chiar în toate instituțiile Uniunii Europene, fiind unul dintre principalii pași cu care un candidat, în căutarea unui loc de muncă în cadrul instituțiilor UE, trebuie să se familiarizeze.

Multe companii private au considerat modelul de C.V. în format europass ca fiind foarte util. Ca urmare, la locurile de muncă disponibile în marile companii, este solicitat, mai mult sau mai puțin ocazional, ca C.V.-ul candidaților să fie trimis în format european. Totodată, mulți candidați au găsit foarte facil și util modelul de C.V. europass.

### Reguli generale de redactare a C.V.-lui europass

Redactarea unui Curriculum vitae reprezintă un pas important atunci când o persoană se află în căutarea unui loc de muncă sau a unui curs de instruire/formare. C.V.-ul este adesea primul contact cu un viitor angajator, de aceea, el trebuie să atragă imediat atenția cititorului și să demonstreze de ce acesta ar merita să fie interviuat.

**Important!** De obicei, angajatorii nu alocă mai mult **de un minut** fiecărui C.V., atunci când fac selecția inițială a candidaturilor primite. Dacă este ratat impactul corect, candidatul poate pierde ocazia de a fi angajat. De aceea, înainte de a introduce informațiile personale în modelul de CV european, este util să relevăm unele recomandări generale:

1. Calificările, aptitudinile și competențele trebuie prezentate în mod clar și logic, astfel încât atributele personale să fie puse în valoare;
2. Fiecare detaliu trebuie să fie relevant, atât ca fond, cât și ca formă; nu există scuză pentru greșelile de ortografie și de punctuație;
3. Un C.V. trebuie să fie concis, de aceea, vor fi evidențiate doar cele mai importante aspecte: două pagini sunt suficiente pentru a arăta cine este persoana care candidează la un post:

4. Dacă experiența profesională este încă limitată, ordinea rubricilor pot fi inversate, C.V.-ul începându-se cu descrierea studiilor și a pregătirii, relevându-se stagiile de practică profesională efectuate în timpul studiilor;

5. Experiența de muncă sau cursurile de pregătire nerelevante pot fi omise;

6. C.V.-ul trebuie verificat sistematic, ori de câte ori este trimis unui angajator, pentru a corespunde profilului nncerut și pentru a pune în evidență calitățile în concordanță cu cerințele specifice angajatorului. Pentru aceasta, este necesară căutarea informațiilor despre compania la care persoana urmează să candideze, pentru a putea să-și adapteze CV-ul la profilul cătat.

7. CV –ul europass trebuie să aibă o structură care să permită prezentarea calificărilor, aptitudinilor și competențelor într-o ordine:

- Informații personale;
- Descrierea experienței profesionale;
- Descrierea studiilor și a cursurilor de formare (care poate să apară înaintea rubricii "Experiența profesională", în cazul celor cu experiență limitată de muncă);
- Inventarierea detaliată a aptitudinilor și competențelor dobândite pe parcursul studiilor și formării profesionale, al experienței profesionale și vieții cotidiene.

8. Profilul candidatului trebuie apreciat de către potențialul angajator după câteva minute de lectură a CV-lui.

9. După ce a fost scris, CV-ul trebuie verificat cu atenție, pentru a îndepărta orice greșeală, inclusiv cele de punctuație și de ortografie.

### **Studiul de caz nr.1**

Personalul s-a prezentat la un interviu pentru a fi angajat la o companie notorie. La sfârșitul interviului, i s-a spus că, dacă va fi acceptat, i se va da de știre. Candidatul a evaluat că această organizație nu a procedat potrivit bunelor manere.

Dacă nu, atunci, după părerea Dumneavoastră, cum ar fi trebui să procedeze interviuantul? Avea dreptate candidatul?

### **Studiul de caz nr.2**

Reacționați, prin maximum trei formulări, la afirmația: "C.V.-ui Dvs. este frumos redactat, dar cred că nu aveți elemente originale, calitative, care să vă diferențieze de alți candidați!"

## Tema nr.6: CORESPONDENȚA CU FURNIZORII. CEREREA DE OFERTĂ

### Obiectivele:

1. Definirea și identificarea tipurilor și funcțiilor cererilor de ofertă;
2. Analizarea regulilor de redactare a conținutului cererilor de ofertă;
3. Formarea deprinderilor de întocmire a cererilor de ofertă.

Stabilirea relațiilor cu partenerii se efectuează prin diverse modalități: corespondență, agenți economici, intermediari, organizare de expoziții și târguri, întâlniri cu partenerii etc.

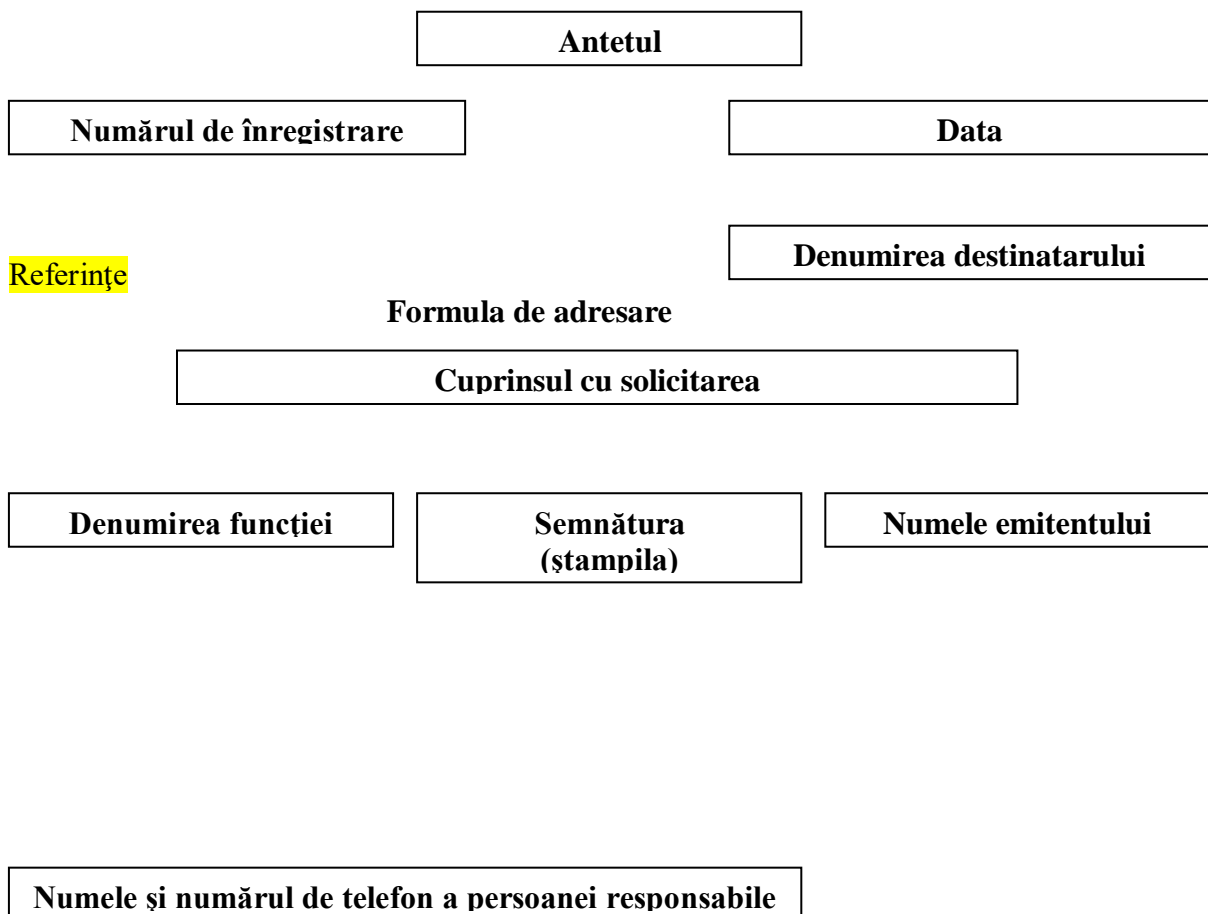
Correspondența emisă și expediată de o persoană, fie ea fizică sau fie juridică constituie cartea de vizită a persoanei respective.

Correspondența oficială între 2 persoane începe, de regulă, atunci când apare o problemă, care poate fi abordată începând cu cererea unei oferte (scrisoare inițială în care se inițiază soluționarea unei probleme).

**Definiția 1.** Cererea de ofertă este o cerere în care este solicitată o ofertă.

**Definiția 2.** Este o scrisoare inițială prin care solicitantul își manifestă dorința de a achiziționa anumite produse sau de a obține informații despre ele, ori de a-i executa unele lucrări sau prestări de serviciu.

### Structura cererii de ofertă cuprinde:



### Obiectele cererilor de ofertă:

- informații despre produse (eșantioane, prospecte, fotografii, schițe)
- informații despre livrarea produselor sau prestarea serviciilor.

### Cererile de ofertă se clasifică:

**Cererea de ofertă generală** – are scopul de a informa despre produsele sau serviciile ce urmează a fi procurate. Aici se înscriu informații generale asupra prețurilor, calității, produselor, condițiilor de livrare, reducerilor etc.

**Cererea de ofertă circulară** – se înscrie aceleași informații ca și în cererea de ofertă generală, dar se expediază mai multor furnizori, având funcția de sondaj asupra furnizorilor și are scopul de a selecționa cel mai convenabil partener.

**Cererea de ofertă specială** – se adresează unui singur beneficiar (Persoană, colectivitate sau instituție care are folos din ceva; destinatar al unor bunuri materiale sau al unor servicii) și are scopul de a solicita informații concrete despre un anumit produs: calitate, volum, preț, termene de aprovizionare, mod de ambalare, condiții de transport.

Pentru a-și atinge scopul dorit, cererea de ofertă trebuie să fie redactată conform regulilor stabilite adică textul să se caracterizeze prin concizie, precizând ceea ce solicită furnizorul, claritatea, exactitatea, tonul deferent să prevaleze pe tot parcursul scrisorii.

#### **Formule utilizate la întocmirea cererilor de ofertă:**

##### **Formule de introducere:**

- *Firma Dvs. ne-a fost recomandată de către firma X, cu care suntem în relații de afaceri de mulți ani.*
- *Vă rugăm să ne informații ...*
- *Vă rugăm să ne trimiteți ...*
- *Am aflat cu interes anunțul Dvs. din revistă și am dori să vă întrebăm dacă...*
- *Am aflat despre licitația organizată de Dvs.*
- *Ne-ar interesa produsele Dvs. de artizanat care au fost prezentate la recentul târg din...*

##### **Formule referitoare la obiectul cererii de ofertă**

###### Calitate

- *Am dori informații exacte privind calitatea produselor / articolelor / mărfii.*
- *Cu câteva luni în urmă ne-ați livrat marfa X și am dori să știm dacă mai aveți în stoc aceeași calitate.*
- *Vă rugăm să ne comunicați dacă survin modificări în calitatea produselor Dvs.*
- *Dorim să vă comunicăm că firma comercializează numai mărfuri de calitate, cu garanție pe termen lung.*
- *Avem nevoie de articolul X, a căror calitate trebuie să corespundă eșantionului alăturat.*

###### Mostre / eșantioane / documente / prospecte

- *Vă rugăm să ne trimiteți un catalog de mostre.*
- *Ne-ar interesa mostrele mărfurilor pe care le aveți în stoc.*
- *În dorința de a vă adresa comenzile noastre, vă rugăm să ne trimiteți eșantioane de X, precum și cel mai scăzut preț al acestor mărfuri.*
- *Vă rugăm să ne trimiteți o documentație completă, catalogul Dvs. / modul de întreținere / de punere în funcțiune al mărfii X / prospecte, schițe, desene / eșantioane din articolul X.*

###### Cantitate

- *Vă rugăm să ne comunicați dacă puteți să ne livrați lunar cantități mari.*
- *În perioada următoare vom avea nevoie de cantități considerabile din acest produs / din articolele menționate mai sus și dorim să știm dacă putem conta pe livrări la intervale regulate.*

###### Preț. Rabat. Condiții de plată

- *Vă rugăm să ne comunicați ultimul Dvs. preț pentru ...*
- *Ne așteptăm la o concurență severă în branșa noastră și de aceea vă rugăm să calculați urgent prețul cu mare exactitate, acordându-ne un comision de 10%.*
- *Prețul Dvs. va influența mult decizia noastră.*
- *Vă rugăm să ne indicați prețurile Dvs. minime cu rabat pentru cantitatea X.*

###### Livrare

- *Vă rugăm să ne comunicați dacă ați putea livra în termen de patru săptămâni de la primirea comenzii;*



- Suntem interesați să cunoaștem termenele Dvs. de livrare pentru marfa X, la prețul X lei / bucată.

### Referințe

- Informații despre firma noastră puteți obține de la ...
- Dacă vă remitem o comandă, vă vom indica și referințele comerciale uzuale.

### Formule de încheiere

- Așteptăm cu interes primirea ofertei Dvs.
- Deoarece clientela noastră este în așteptarea ofertei, v-am fi recunoscători, dacă ne-ați răspunde imediat.
- Am dori să primim oferta Dvs. prin fax.

### Probleme supuse discuției

1. Dintre funcțiile cererilor de ofertă, pe care o considerați a fi principală? De ce?
2. Care sunt cerințele de care trebuie să se țină cont la întocmirea unei cereri de ofertă?
3. Relevați deosebiriile dintre cererea de ofertă generală și cea specială.
4. Se știe că mai frecventă este cererea de ofertă pentru mărfuri sau servicii specificate. Ce trebuie să cuprindă conținutul unei astfel de cereri?
5. Dacă ați scrie o cerere de ofertă în care ați solicita un rabat, eventual știind că veți fi refuzat, cum ați proceda în continuare, pentru ca cererea Dvs. să fie acceptată?

### Glosar tematic

**Acerb**, -ă, *acerbi*, -e – Necruțător, înverșunat, aspru, agresiv, caustic, sarcastic. *Concurență acerbă*. – Din fr. *acerbe*, lat. *acerbus*.

**balot**, *baloturi* – (Aici) Pachet mare de mărfuri sau de diferite obiecte cu aceleași caracteristici; legătură mare de haine, de rufe etc. Din fr. *ballot*.

**bifa(a)**, *bifez* – A pune un mic semn (în formă de “v”) la anumite cifre sau cuvinte dintr-un registru, dintr-o listă etc., spre a ști că au fost verificate, controlate etc. – Din fr. *biffer*.

**branșă**, *branșe* – Ramură, specialitate, domeniu de activitate (în meserii, negoț etc.). – Din fr. *branche*.

**brutto** – Greutatea unei mărfi, inclusiv a ambalajului ei; în total, fără a scădea daraua (dintr-o greutate); fără a scădea impozitele (dintr-un venit). Din it. *bruto*.

**chintal**, *chintale* – Unitate de măsură pentru greutate, egală cu 100 kg. – Din fr. *quintal*.

**dever** – Volumul vânzărilor de mărfuri pe o perioadă dată (exprimat în bani). *Cu dever mare* = (despre magazine) cu vânzare intensă, cu afluență mare de cumpărători. – Din tc. *devir*.

**deviz**, *devize* – **1.** (Aici) Evaluare anticipată și amănunțită a cheltuielilor necesare pentru executarea unei lucrări proiectate. **2.** Document care prezintă detaliat cheltuielile necesare executării unei lucrări. Din fr. *deviz*.

**devize** – Documente cu titlu de credit și de plată (cambii, cecuri etc.) emise în valută străină, pe baza cărora beneficiarul obține o anumită cantitate de valută dintr-o altă țară; mijloc de plată în valută străină. Din fr. *devises*.

**eșantion**, *eșantioane* – Cantitate mică luată dintr-un produs, pentru a da posibilitatea să se examineze felul, calitatea sau valoarea produsului; probă, mostră. Din fr. *échantillon*.

**franco** – Indicație prin care se menționează că în preț sunt cuprinse și cheltuielile de transport suportate de furnizori (*Marfa se livrează franco-depoziț furnizor*). Din it. *franco*.

**inconsistent**, -ă, *inconsistenți*, -te – Care este lipsit de consistență, de soliditate, fără tărie; slab, moale. – Din fr. *inconsistent*.

**scadență**, *scadențe* – Termen la care trebuie făcută o plată; la care trebuie restituit un împrumut. Din it. *scadenza*

**tară**, *tare* – Greutăți nemarcate folosite la cântărit pentru a compensa greutatea ambalajului sau recipientului. Din gr. *Tara*

*Model de cerere de ofertă*

S.R.L. "TURIST"  
Moldova, mun. Chișinău, MD-2005  
Bd. Grigore Vieru, 9  
Tel./Fax: (373 22) 22 05 12  
e-mail: [hotel-turist@mail.md](mailto:hotel-turist@mail.md)

Nr.01/20.09.2018

"Moldova-Tur" S.A.  
Mun. Chișinău, R. Moldova, MD-2001  
Bd. Ștefan cel Mare, 4  
Tel.: (22) 54 04 94, 54 03 01, 54 03 03  
Fax: (22) 27 25 86  
e-mail: [moldovatur@moldovatur.com](mailto:moldovatur@moldovatur.com); [info@moldovatur.com](mailto:info@moldovatur.com)

Ref.: cerere de ofertă

Domnule Director,

Am luat cunoștință cu agenția Dumneavoastră „Moldova-Tur” S.A. și ne-a interesat serviciile pe care le prestați. Vă rugăm să ne oferiți informații mai detaliate despre oferta de servicii și agrement completă pentru familii cu copii pe litoralul Bulgariei și anume Nisipurile de Aur:

- transport tur-retur;
- cazare (hotel cu patru stele);
- asigurare;
- excursii;
- alimentare;
- spații special amenajate pentru joacă.

Dacă personalul Dvs. va răspunde la solicitările noastre și ne va oferi cele mai adevărate informații despre vacanța ce ne-am propus, vom fi clienții Dumneavoastră fideli.

Cu respect,



Directorul,

Ioan Popescu

## 6.1. OFERTA-CEL MAI IMPORTANT DOCUMENT OFICIAL

### Obiectivele:

1. Definițiile ofertei. Clasificarea ofertelor
2. Redactarea ofertelor
3. Structura ofertelor

În lumea economiei de piață ofertele sunt un element indispensabil al relațiilor comerciale. Fiecare producător de mărfuri sau prestator de serviciu redactează oferte. Astfel, ofertele joacă rolul unor pârghii de declanșare a relațiilor comerciale.

**Definiția 1.** Scrisoare prin care se propune vânzarea unor mărfuri sau prestarea unor servicii.

**Definiția 2.** Oferta, o scrisoare de vânzări, care reprezintă propunerea pentru încheiere unei tranzacții care

poate să pornească din inițiativa ofertantului sau să fie un răspuns la o cerere de ofertă.

Emitentul unei oferte se numește ofertant.

### *Clasificarea ofertelor:*

*După inițiativă, deosebim oferte:*

1.oferte nesolicitate – are conținut vast, referindu-se la mai multe produse sau servicii, clienții sunt nenominalizați.

2.oferte solicitate – atunci când sunt precedate de cereri de oferte, referindu-se la produse / servicii concrete cât și la clienți nominalizați.

*După conținut, ofertele pot fi:*

1.oferte ferme – asupra cărora vânzătorul nu mai poate reveni, ele fiind obligatorii pentru ambele părți. Acceptarea unei oferte ferme duce la încheierea unui contract de vânzare-cumpărare, când în prealabil au fost definitive discutiile dintre părți.

2.ofertă cu termen – condiție stipulată în tranzacțiile comerciale, potrivit căreia i se acordă clientului un termen până la care poate definitiva acțiunea sau poate renunța la ea. Respectiv, vânzătorul se obligă să păstreze marfa pentru clientul căruia i-a oferit acest termen.

3.oferte facultative – atunci când vânzătorul are posibilitatea:

- de a accepta comanda transmisă
- de a modifica oferta inițială
- de a nu o lua în considerație
- de a oferi aceeași partidă de mărfuri la mai mulți clienți

Oferta facultativă se consideră încheiată numai după ce vânzătorul a acceptat comanda.

*După funcție, deosebim:*

1.oferte (speciale) cu destinatar nominalizat – e propusă unei anumite persoane, oferte ce solicită anumite produse, servicii, detalii

2.oferte circulare – se propune concomitent mai multor persoane și respectiv destinatarii sunt nenominalizați. Aceste oferte se bazează pe raționament menit să dovedească ceva despre un produs sau serviciu cu scopul de a-l realiza.

Oferta trebuie să constituie toate detaliile ce ar caracteriza o marfă. Și anume:

- denumirea exactă a mărfii sau a serviciilor prestate;
- eșantioane, fotografii, prospecte, cataloage, descrierea detaliată a mărfii / serviciilor;
- calitatea
- cantitatea
- prețul (cu mențiunea dacă cheltuielile de transport și ambalajul sunt incluse în preț, dacă livrarea are loc franco-depozit, franco-gară, franco-frontieră)  
*franco* – toate cheltuielile de transport al mărfurilor sunt cuprinse în prețul de vânzare  
*franco-depozit* – suportarea de către vânzător a tuturor cheltuielilor până la depozitele beneficiarului.

- termen de livrare
- condiții de plată (cash, virament (transfer dintr-un cont în altul))

- condiții de reduceri de preț: *rabat* (micșorare a prețului); *remiză* (sumă acordată astfel ca plată, comision); *scont* (reducere convenită când plata unei obligații se face înainte de termen)
- locul de livrare, locul de executare a plății, la arbitraj (soluționarea unui deferent comercial)
- ambalajul
- durata de valabilitate a ofertei.

### Redactarea ofertelor

Se efectuează după următoarele principii:

**1. Accentuarea avantajelor sau priorităților** Oferta trebuie să fie formulată în așa manieră, încât scrisoarea să lase destinatarului impresie, că ofertantul are grijă, în primul rând de satisfacerea nevoii lui. Clientul este interesat de el, de familia lui și de avantajul sau utilitatea pe care produsul îl poate oferi, nu și de firma vânzătorului.

**2. Formularea credibilă** Ofertele speciale, unice, exclusive, cele mai reduse prețuri, la calitatea cea mai înaltă, promisiunile exagerate, șocante trezesc numai neîncredere și scepticism (pune la îndoială realitatea) partenerilor de afaceri.

**3. Scrierea în stil empatic (afectiv)** Cititorii se simt afectați personal și prezintă interes sporit atunci când ofertele sunt formulate în stil empatic, utilizând des cuvintele „Dumneavoastră” sau „al Dumneavoastră”. De asemenea, o ofertă se realizează printr-o redactare corectă, aspect plăcut, ton cald, prietenos.

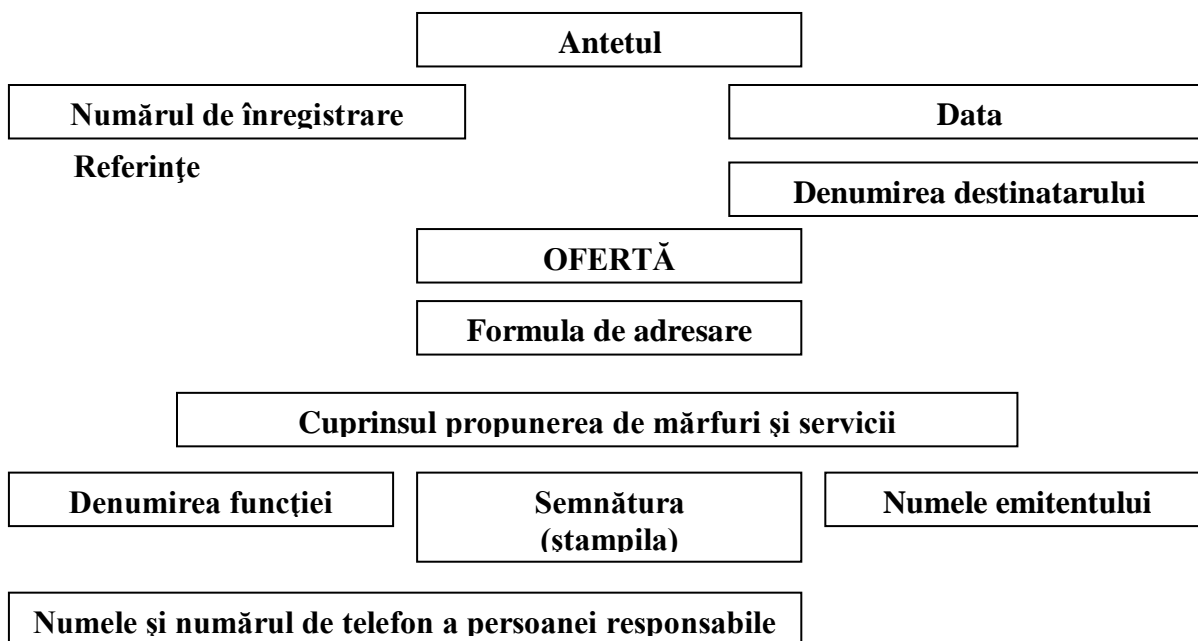
**4. Promptitudinea** Se are în vedere transmiterea operativ a unui răspuns, fie el negativ sau pozitiv.

**5. Precizia și caracterul complet al răspunsului** Contribuie la încheierea afacerilor mai rapid.

**6. Persistența** Informarea permanentă a clientului referitor la produsele noi apărute în nomenclatorul vânzătorului (broșură care cuprinde enumerarea sortimentelor produselor clasificate după un criteriu anumit).

- 3 -

### Structura ofertei



Textul ofertei este compus:

**Paragraful introductiv** – exprimă satisfacția de a stabili sau a continua relațiile comerciale.

Element compozițional de bază cuprinde oferirea produselor / serviciilor, care include:

- denumirea produsului
- cantitatea
- prețul
- condițiile de livrare
- condițiile de plată
- garanția sau jurisdicția (putere, competență de a judeca, stabilită prin lege)

### **Formula AIDA.**

- A** – atenție
- I** – interes
- D** – dorință

oferta

- A** – acțiune

**ETAPA A (atenție)** – are scopul de a capta atenția cititorului. Pentru aceasta ar trebui o noutate de ultimă oră, ori un apel la interesul personal, de exemplu, putem să începem cu expresia: „Nu doriți să Vă măriți cifra de afaceri”, „Cum să Vă sporiți vânzările în 2010, „Știați că puteți reduce costurile iluminatorului, trecând la lămpi de tip...”.

**ETAPA I (interes)** – acest paragraf trebuie să menționeze imediat avantajul cel mai important pe care îl oferă produsul / serviciul. Acesta va trezi interesul cititorului cu următoarele expresii: „prețurile noastre cu ridicata sunt foarte competitive”, „ușor de instalat și demontat”, „gama noastră completează admirabil propriile Dumneavoastră produse”.

**ETAPA D (dorință)** – accentuarea avantajelor pe care îl aduce clientului produsul / serviciul adică ce înseamnă produsul pentru el, pentru afacerea lui, pentru familia sau viața lui. (principalele foloase care pot fi oferite și trebuie accentuate cât mai mult posibil).

**ETAPA A (acțiune)** – este etapa care trebuie să-l împingă pe cititor la acțiunea pe care o dorește ofertantul.

O ofertă perfectă trebuie:

1. să câștige atenția cititorului
2. să-i trezească interesul
3. să-i aprindă dorința pentru ceea ce-i propune
4. să-l îndemne la acțiune

### *Model de Ofertă solicitată*

Stimată...,

Referitor la comanda dvs. din..., spre regretul nostru, vă putem informa că nu avem posibilitatea de a obține marfă în prezent.

Cererea este atât de mare în momentul de față, încât furnizorii nu mai au stocuri. Tot ce vă putem promite este de a vă livra produsele la sfârșitul lunii iulie.

Vă rugăm să confirmați această întârziere în livrare.

Cu mult respect,

### **Probleme supuse discuției**

1. Care este avantajul și dezavantajul vânzării pe bază de ofertă?
2. Ce înțelegeți prin ofertă fermă (angajată)?
3. Prin ce se deosebește oferta cu termen de cea facultativă?
4. Care sunt părțile constitutive ale unei oferte?
5. La întocmirea unei oferte trebuie să se țină cont de câteva principii care ar pune în valoare eficiența acesteia. Unul dintre ele este etalarea avantajelor sau a foloaselor produsului/serviciului oferit. Cum veți respecta acest principiu la redactarea ofertelor?
6. O bună parte a corespondenței de afaceri lasă mult de dorit din punctul de vedere al credibilității. Deosebit de debordantă este lipsa de credibilitate în unele scrisori de vânzări. Comentați acest fapt prin exemple concrete.
7. Prin ce se deosebesc ofertele redactate într-un stil empatic de cele redactate într-un stil egocentric?
8. În ce mod veți începe o scrisoare de ofertă pentru a câștiga atenția cititorului?

9. Ce reprezintă într-o scrisoare de ofertă etapa I (Interes)?
10. Care este regula „de aur” a etapei D (Dorință) și cum o veți releva în scrisoare?
11. Ce înțelegeți prin momentul „loviturii finale” a unei oferte?

**Urmăriți situațiile:**

1. O firmă a primit un telefon de la o companie care i-a făcut o ofertă pentru un proiect. Firma a acceptat prompt proiectul, după care l-a refuzat argumentând că acesta a fost prea scump. Afacerea s-a încheiat cu altcineva.

Întrebare: Există vreo cale politicoasă prin care firma ofertantă ar putea să păstreze relația cu compania?

2. Unul dintre clienții permanenți ai unui furnizor a încheiat o relație de afaceri cu acesta. Se cuvine ca furnizorul să acționeze în vreun fel la această situație?

3. Toată lumea dorește să prezinte oferte deosebite de celelalte. Găsiți câteva moduri în care puteți adăuga o notă de eleganță și de stil ofertelor dvs.

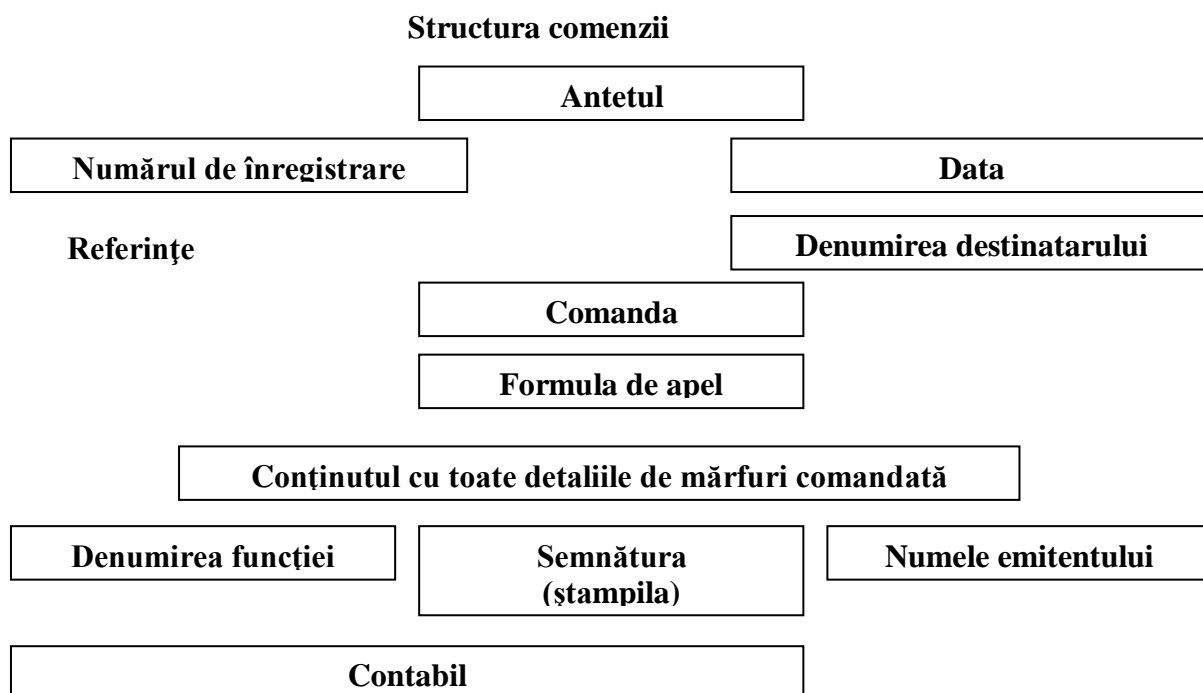
## Tema nr.7: COMANDA ȘI CONFIRMAREA

### Obiectivele:

1. Identificarea și caracterizarea tipurilor de comenzi;
2. Formarea deprinderilor de redactare a comenzilor;
3. Aplicarea limbajului de specialitate la întocmirea comenzilor.

**Definiția 1.** Scrisoare prin care se comandă livrarea unor mărfuri sau prestarea unor servicii.

**Definiția 2.** Este actul economic și juridic demarat (pornit) de consumator cu scopul furnizării unei mărfi sau executării unui serviciu, indicându-se cantitatea, calitatea condiții de plată, termen de livrare, modul de plată.



Comanda se efectuează în baza unei oferte sau a unui contract încheiat anterior. Comanda fiind o scrisoare cu efecte juridice, trebuie întocmită și expediată cu multă chibzuință. Clientul transmite ofertantului comanda prin:

- **formular de comandă tip** - poate fi tipizat dar poate fi și redactat de furnizor. Acest formularul are 2 avantaje: este precis, simplu de îndeplinit și se evită redactarea unei scrisori de către client. Pe verso sunt indicate „Condiții generale de vânzare”.
- **scrisoare de comandă înregistrată și recomandată** – aici e obligatorie scrisoarea de comandă din punct de vedere legal. Condiția îndeplinirii acestei scrisori este claritatea și precizia formulării. De asemenea strict trebuie să conțină data și numărul de înregistrare a scrisorii.
- **comenzi transmise prin telefon** – este cel mai rapid mijloc de transmitere a comenzii.
- **comenzi transmise prin fax** – textul este tipărit sau scris în formă liberă și este fotocopiat, destinatarul primind documentul respectiv după puțin timp după ce a fost transmis. Se consideră convenabil că poate fi transmis din alte birouri și în afara programelor de lucru.
- **On – line (electronic)** – rapid, eficient, primim imediat feedbackul.

## *Clasificarea comenzilor*

Comenzile se clasifică:

- **comandă fermă** – e asemănător unui contract. Obligativu trebuie să respecte toate condițiile de ofertă: obiectul comenzii, cantitatea, calitatea, ambalajul, prețul, condițiile de plată, transportarea, termenele de livrare.
- **comanda de probă** – se solicită o marfă pentru a fi testată. Clientul are dreptul să returneze marfa.
- **comenzile de modificare** – solicitantul solicită să se modifice careva condiții din ofertă. Respectiv furnizorul va expedia o confirmare de acceptare a comenzii.
- **comanda repetată** – se solicită marfa / servicii identice cu cele din comanda fermă sau din comanda precedentă se specifică și numărul comenzii.

## *Redactarea scrisorii de comandă*

**Introducerea.** Se indică de obicei ce l-a determinat pe solicitant să scrie comanda (eșantionul, catalogul, aviz publicitar, oferta)

**Conținutul** scrisorii de comandă trebuie să fie concis, dar în același timp să se descrie în detaliu fiecare articol sau serviciu solicitat.

**Încheierea** se exprimă speranța de a primi marfa în condițiile menționate și rugămintea de confirmare a comenzii.

## **CONFIRMAREA**

Cea mai importantă cerință a furnizorului este înștiințarea la timp a beneficiarului despre primirea comenzii și se efectuează prin scrisori de confirmare.

Deosebim scrisori de confirmare:

- **integrală** – furnizorul execută comanda fără nici o modificare
- **parțială** – furnizorul nu acceptă toate condițiile din comandă
- **de anulare** (refuz) – furnizorul nu poate să execute comanda beneficiarului din anumite motive (furnizorul nu posedă în stoc articole comandate, produsele comandate nu se mai fabrică, prețurile sunt modificate). În asemenea situații, de modificare sau de anulare a comenzii răspunsul trebuie să fie argumentat și să fie bine motivat.

## **Model de scrisoare de comandă**

Domnule...,

Avem plăcerea să vă trimitem alăturat comanda noastră nr. 201 pe care trebuie să ne-o executați conform contractului nr. 105 din 14.09.2002, care prevede livrarea mărfurilor la sfârșitul fiecărui trimestru.

Am fi bucuroși, dacă ați avea grijă ca instrucțiunile de ambalare, arătate în contract, să fie respectate. Deoarece marfa va avea de parcurs o distanță mare, vă rugăm să fie folosite cele mai bune lăzi.

Avem convingerea că ne veți trimite marfă de cea mai bună calitate.

Confirmați-ne, vă rugăm, data livrării.

Director



## 7.1. RECLAMAȚIA ȘI REMEDIEREA

### Obiectivele:

1. **Definirea și caracterizarea reclamației;**
2. **Identificarea și analizarea tipurilor de somații;**
3. **Întocmirea reclamațiilor și somațiilor conform regulilor corespunzătoare.**

**Definiția 1.** Scrisoare în care sunt înaintate cuiva anumite pretenții în scopul soluționării amiabile a unui litigiu.

**Definiția 2.** O modalitate de soluționare a neînțelegerilor dintre parteneri, apărute din cauza nerespectării obligațiilor asumate prin contracte economice sau comenzi.

Însă, deseori se întâmplă că în desfășurarea acestor acțiuni se comit unele abateri de la condițiile prevăzute în contract sau în comandă.

Aceste abateri uneori pot fi destul de grave și pot leza drepturile uneia dintre părți sau îi pot cauza prejudicii destul de costisitoare. Evident partea respectivă va înainta partenerului său o reclamație în care își va expune pretențiile și va propune soluții.

Întocmirea unei reclamații necesită timp și gândire, să fie obiectivă, bazată pe fapte concrete.

### Structura reclamației

**Antetul**

**Numărul de înregistrare**

**Data**

**Referințe**

**Denumirea destinatarului**

**RECLAMAȚIE**

**Formula de apel**

### **Conținutul cu expunerea și argumentarea pretențiilor și cu propunerile de soluționare a litigiului.**

- referirea la numărul comenzii, termen, dată
- obiectul reclamației
- baza legală a afacerilor (oferta, contract, comanda)
- documentul care legalizează reclamația (act, proces-verbal, factura)
- cauzele care au pricinuit paguba
- dovezile de constatare
- solicitarea și propunerile referitor la modul de soluționare a problemei
- valoarea prejudiciilor
- modul de plată a despăgubirilor
- termenele de acoperire a pagubelor

**Denumirea funcției**

**Semnătura  
(ștampila)**

**Numele emitentului**

Reclamațiile pot surveni atât de la client cât și de la furnizor. Abaterile (obiectele) pot fi:

- cantitatea mărfurilor sau serviciile este necorespunzătoare
- calitatea mărfurilor sau serviciile este necorespunzătoare
- termenele de livrare nu sunt respectate
- ambalajul este necorespunzător
- utilizarea unor spații închiriate nu corespund condițiilor contractuale, etc.

Deși în toate reclamațiile sunt formulate niște nemulțumiri, autorul trebuie să fie echilibrat și să-și aleagă un stil neutru, fără amenințări, fără insulte etc. Este recomandat să utilizăm formule de redactare care exprimă respect față de partener, încredere și speranța că neînțelegerile sau dificultățile apărute în relațiile comerciale sunt întâmplătoare, de scurtă durată și neapărat vor fi eliminate. De exemplu:

- cu tot respectul față de Dvs.
- suntem nevoiți să vă comunicăm ...
- am remarcat întotdeauna calitatea mărfurilor Dvs.
- vom fi recunoscători dacă...

Pretențiile formulate în reclamație trebuie să fie în mod obligatoriu întemeiate pe fapte, acte doveditoare, probe.

**Notă: Codul de procedură civilă al Republicii Moldova prevede că înaintarea unei reclamații este o măsură prealabilă și obligatorie de soluționare a unui litigiu comercial, adică o cerere de chemare în judecată nu va fi primită, dacă în prealabil nu a fost înaintată părții învinuite o reclamație.**

#### ***Reclamațiile din partea furnizorului***

Somațiile sunt redactate de furnizori cu scopul recuperării plăților restante, facturi neachitate, credite nerambursate etc. Atenționarea și somarea de plată a datoriei se efectuează prin întâlniri directe, telefonie, sau scris.

Ultima, adică reclamația scrisă (neapărat să fie recomandată și însoțită de confirmare de primire) are avantajul de a putea servi în justiție. Somația trebuie redactată cu tact, cu termeni politicoși și diplomatici, tot odată conținutul trebuie să fie ferm și dur pentru a fi perceput ca o amenințare serioasă de către rău-platnici.

***Prima somație*** se redactează sub forma unei cereri politicoase în ideea că clientul are un motiv serios care l-a împiedicat să efectuează plata: *poate nu a primit încă extrasul din cont și factura...* La redactarea vom scrie „*ar fi de dorit ca acest sold să fie lichidat*”. În așa mod furnizorul atenționează sau aduce aminte clientului despre datorie.

***A doua somație*** se redactează în cazul când nu am primit răspuns la prima. Aici se va face referire la suma restantă, la prima somație, va fi însoțită de copiiile facturilor restante, se va face referire la termenul de plată al datoriei. Tonul acestei somații este mai presant, dar se lasă loc de amabilitate și politețe.

***A treia somație*** și ultima, are un ton ultimativ(dar nu amenințător). Se deosebește de primele două că este o prevenire clară despre declanșarea unei acțiuni în judecată. Ea se trimite în mod obligatoriu sub formă recomandată, cu confirmare de primire, ce poate servi ca probă în justiție. Conține următoarele elemente: recapitularea acțiunilor întreprinse, amenințarea cu declanșarea acțiunilor în instanță, terenul de plată ultimativ (obligatoriu).

***Notă: uneori poate că e mai bine să fie suportate niște pierderi dacă datoria este neînsemnată, decât o acțiune îndelungată în justiție și pe lângă toate și costisitoare.*** Dacă nici ultima somație nu provoacă reacția dorită, problema se trece în custodia compartimentului juridic.

#### ***REMEDIERILE***

**Definiție:** scrisoare prin care se dă răspuns la o reclamație.

În mod normal fiecare reclamație trebuie să primească un răspuns, indiferent de faptul dacă, suntem de acord sau nu cu pretențiile reclamantului. Remedierea trebuie să păstreze un ton civilizată.

În cazul în care reclamatul **recunoaște** total sau parțial pretențiile reclamantului, el mai întâi trebuie să-și ceară scuze pentru dificultățile pe care i le-a creat partenerului lui, apoi să propună soluții de recuperare a prejudiciilor.

În cazul în care pretențiile **nu sunt acceptate**, reclamatul trebuie să-și argumenteze nevinovăția (toate argumentele să fie întemeiate pe probe) și să-și exprime regretul în legătură cu cele întâmplate.

## TEMA NR. 8: CORESPONDENȚA INTERNĂ

### Obiectivele:

1. **Definirea corespondenței privind diversele aspecte ale activității interne;**
2. **Identificarea trăsăturilor caracteristice corespondenței privind activitatea internă;**
3. **Redactarea utilizând pertinent limbajul de specialitate, a tipurilor de corespondență: procese-verbale, rapoarte.**

Activitatea de gestionare a unităților economice, precum și a instituțiilor bugetare, generează zeci de scrisori și acte cu caracter intern. Le vom examina pe cele mai des întâlnite în desfășurarea activității de administrare, consemnate în procese-verbale, rapoarte, referate, cereri oficiale. Fiecare dintre aceste documente se poate referi la diverse domenii, cum ar fi: gestionarea bunurilor, unele activități de verificări, modificarea unor stări de lucruri, lucrările de întreținere și renovare, recepționarea produselor, constatările cu privire la modul de gestionare a mărfurilor în magazine etc.

### Raportul

O expunere făcută în scris, în care cineva prezintă cuiva informații despre o activitate sau despre un aspect al ei, adunate, examinate și aranjate într-un anumit text, constituie *un raport*.

Există mai multe tipuri de rapoarte, în funcție de situația prezentată și de persoanele care le redactează sau le solicită. De cele mai multe ori, prin raport sunt prezentate informații cu privire la anumite stări de lucruri din unitate sau cu privire la modul în care au fost îndeplinite sarcinile decurgând din actele de dispoziție.

Redactarea unui raport necesită anumite competențe. Principala calitate a acestui document este aceea de a prezenta faptele corect și complet, într-o formă inteligibilă.

### Structura raportului

Structura unui raport obișnuit cuprinde trei părți: *introducerea, tratarea și încheierea*.

Introducerea este partea care generalizează expozeul de fapte și aprecieri ale tratării. Această secțiune cuprinde:

- relatarea concisă a scopului expus în raport;
- definirea temei și a subiectului expunerii;
- prezentarea structurii în care este redactat raportul (capitolele, paragrafele, titlurile, problemele și sarcinile abordate în raport);
- rezumarea concisă a concluziilor, noutăților și recomandărilor formulate în raport.

### Tratarea conținutului

Prima etapă în redactarea unui raport constă în elaborarea unei schițe de plan de lucru, care va servi drept punct de reper. Se pornește de la alegerea titlurilor potrivite, atât al raportului însuși, cât și ale paragrafelor, care ajută cititorul să cuprindă materialul dintr-o privire și să-l înțeleagă mai ușor.

Titlurile trebuie să corespundă conținutului și să nu fie evidențiate unul după altul, fapt care irită cititorul. Ele trebuie să fie scurte, definatorii și sugestive.

Maniera în care este structurat conținutul – modul de numerotare a capitolelor și a paragrafelor – este o problemă atât de corelare logică a textului, cât și de prezentare estetică.

Dacă modalitatea în care este structurat textul este clară prin forma de evidențiere a titlurilor și a ideilor principale, numerotarea nu este necesară. Dacă numerotarea este iminentă, atunci cel mai comod sistem de numerotare este cel decimal (1.1.1., 1.1.2. etc.)

La început, se expun ideile principale, acordându-se atenție ajustărilor și stilizărilor, care se lasă pentru etapa finală - cea a evaluării și a criticii. Demonstrațiile și probele expuse în fragmente și părți, indiferent de ordinea lor în cuprins, se sistematizează în final. Numai după obținerea formei brute a raportului, se trece la sistematizări, modificări, stilizări și corectări. În final, este posibil să se ajungă la un alt cuprins decât cel întocmit inițial.

De aceea, de regulă, introducerea se redactează la sfârșit, după dresarea raportului propriu-zis – pentru a corespunde în exhaustivitate conținutului.

## **Raportul de afaceri**

Spre deosebire de rapoartele obișnuite, rapoartele de afaceri (de audit, de cercetare de piață, de constatare comercială etc.) sunt mai complexe, având o structură mai sofisticată, inserând următoarele paragrafe:

### **I. Preambulul**

1. Pagina de titlu;
2. Prefața;
3. Cuprinsul;
4. Lista schemelor, tabelelor, figurilor.

### **II. Rezumatul**

### **III. Concluziile și recomandările**

### **IV. Tratarea propriu-zisă**

1. Introducere;
2. Probleme, fapte, demonstrații, probe, afirmații;
3. Concluzii detaliate;
4. Propuneri, recomandări.

### **V. Suplimente**

1. Anexe;
2. Referințe bibliografice;
3. Index.

*Preambulul* cuprinde informațiile de bază pentru perceperea și acceptarea conținutului ca atare.

*Pagina de titlu* cuprinde titlul raportului, numele unității/secției/ serviciului care l-a solicitat, numărul deciziei administrative, al contractului sau comenzii, numele raportorilor, data și locul elaborării raportului.

*Prefața* include lista capitolelor și a paragrafelor care sintetizează întregul conținut și logica structurii raportului.

*Rezumatul* cuprinde ideile generale ale raportului.

*Bibliografia* cuprinde lista lucrărilor și autorilor la care s-a făcut apel în redactarea raportului.

**Anexele** sunt un adaos sau un supliment la raport, care includ informații și documente invocate în sprijinul afirmațiilor aduse în raport.

**Indexul** cuprinde explicarea unor cuvinte, a unor nume sau cifre care facilitează asimilarea informațiilor.

Unul dintre tipurile de rapoarte mai des întocmite de către unitățile comerciale este cel *de constatare a modului de păstrare și aranjare* a produselor de consum sau *a modului de recepție* a produselor.

Structura acestui raport trebuie să conțină următoarele elemente:

1. Titlul;
2. Numele persoanelor care au efectuat controlul;
3. Mențiuni cu privire la actele (ordin, declarație, decizie etc.) ce permit efectuarea controlului;

4. Constatările (concrete, precise) referitoare la problemele prezentate (în alineate separate și numerotate);
5. Propunerile, urmărind aceeași ordine ca și constatările;
6. Formula de încheiere „*drept care a fost încheiat prezentul raport, astăzi...*”;
7. Semnăturile, precedate de funcția persoanelor care au efectuat controlul.

**Model orientativ:**

**Raport**

PRIVIND VERIFICĂRILE EFECTUATE LA ....

În baza ordinului / deciziei... privind..., ..., subsemnații..., în calitate de ..., am constatat următoarele:

- Mărfurile sunt (sau nu sunt) depozitate corespunzător, pentru a se evita degradările / alterarea;
- Expunerea în rafturi se face / nu se face potrivit regulilor comerțului modern;
- Vesela din butique-urile "...", "...” nu este spălată și dezinfectată corespunzător;
- Paharele din plastic de unică folosință sunt refolosite;
- Temperatura din frigiderele în care se păstrează majoritatea produselor este mai joasă decât cea prevăzută de normă;
- Lipsesc aparatele de condiționare a aerului în butique-uri. Aceasta ar putea constitui una din cauzele reducerii numărului de clienți;
- În butique-urile... lipsesc chiuvetele pentru spălatul pe mâini;
- În baza celor constatate, propunem:
  1. ...
  2. ...
  3. ...

Prezentul a fost întocmit la (data)... de către subsemnații:

- 1....
- 2....
3. ...

Prezentul raport a fost întocmit de către subsemnații \_\_\_\_\_, la \_\_\_\_\_ .

(semnături)

## 8.1. PROCESUL - VERBAL

Unul dintre documentele interne, cu utilizare în aproape toate domeniile de activitate a agenților economici, este *procesul-verbal*, actul care consemnează fapte sau situații concrete din activitatea economică și socială.

În funcție de problemele consemnate, procesele-verbale se clasifică în trei categorii:

- *procesele-verbale cu conținut economic*, care consemnează operații referitoare la recepția unor mijloace de producție (fixe sau mobile), cu privire la transformarea unor mijloace, la constatarea unor diferențe față de datele inserate în evidențe; procese-verbale de predare-primire a unor gestiuni, a unor bunuri etc.;
- *procesele-verbale cu conținut tehnic*, care consemnează date cu privire la starea unor mijloace în urma accidentelor sau date privind desfășurarea tehnologiei de producție, sau cu privire la funcționarea unor mijloace tehnice;
- *procesele-verbale cu conținut social*, care consemnează date cu privire la desfășurarea unor ședințe, întruniri.

Majoritatea proceselor-verbale cu conținut economic sunt tipizate, prezentându-se într-o multitudine de variante, în funcție de obiectul la care se referă.

**Procesul-verbal de constatare** are o utilizare extrem de variată, fiind întocmit de organe împuternicite (financiare, bancare, poliție etc.) cu scopul de a efectua controale sau verificări de recepție, de a desemna comisii de inventariere etc.

Indiferent de domeniul de activitate sau de conținutul lor, *procesele-verbale de constatare* trebuie să respecte următoarea structură:

- denumirea: **proces-verbal** de ...;
- numărul de ordine și data;
- numele și funcția celui care face constatarea sau ale fiecărui membru al comisiei (dacă este cazul);
- documentul care motivează constatarea (legitimăție, delegație etc.) și actul nominativ în baza căruia se face constatarea (baza legală);
- consemnarea detaliată, pe cât e posibil, a celor constatate, a stării mijloacelor recepționate, a diferențelor, avarierilor, lipsurilor, dereglărilor;
- mențiuni pentru înlăturarea deficiențelor constatate (dacă este cazul);
- propuneri privind sancționarea vinovaților (dacă este cazul);
- semnăturile persoanelor care l-au întocmit (și ale celor verificate, dacă este cazul).

*Procesul-verbal* de constatare se întocmește, de regulă, în două exemplare, din care unul se predă celui verificat, organului de conducere al acestuia sau contabilității (după caz), iar celălalt rămâne la emitent.

În cadrul unităților economice, în afară de procesele-verbale întocmite de organele cu drept de control, se pot întocmi și alte procese-verbale, cum ar fi:

- *proces-verbal de recepție* a mijloacelor fixe (elaborat în mai multe variante);
- *proces-verbal de recepție* (sau de constatare a diferențelor la recepție) a materialelor;
- *proces-verbal de stocare*, de scoatere din uz a mijloacelor fixe (sau, în altă variantă, a obiectelor de inventar).

**Procesul-verbal de predare-primire a unei gestiuni** reprezintă o altă variantă a acestui document, încheiat de persoana care predă cuiva un obiect sau un act și de recepționar. El cuprinde următoarele elemente:

- denumirea unității în care se examinează problema economică;
- titlul documentului: „*Proces-verbal de predare-primire...*”
- data la care se încheie actul;
- invocarea actelor legale în a căror bază are loc operația;
- perioada pentru care se face predarea gestiunii;
- numele și funcția persoanelor care fac operația;
- menționarea bunurilor care fac obiectul operației de predare-primire;
- dacă inventarul este voluminos, se face o listă aparte, care se anexează la procesul-verbal cu mențiunea: „*Se anexează la prezentul...*”.

În mod deosebit, ne vom referi la procesele-verbale ce consemnează datele privind lichidarea loturilor de produse alimentare, de legume și fructe. Acestea se completează în două exemplare, din care primul se predă serviciului finanțe sau contabilitate, iar cel de-al doilea rămâne la depozit/secția de producție. Un atare *proces-verbal* cuprinde următoarele elemente:

- menționarea unităților economice pe care le vizează procesul-verbal;
- menționarea serviciilor care controlează acțiunea;
- denumirea actului de referire la acțiunea în cauză („**PROCES-VERBAL de lichidare a ...**”);
- mențiuni cu privire la numele și funcțiile membrilor comisiei de consemnare și semnăturile lor (pot fi inserate într-un tabel);
- mențiuni cu privire la temeiul deciziei de realizare a acțiunii („... în baza deciziei... din...”);
- sesizările făcute (volumul/cantitatea de produse intrate; numărul lăzilor, cantitatea brută, cantitatea netă, cantitatea alterată - în procente, diferențele etc.). Pentru ca procesul-verbal să fie mai explicit, sesizările pot fi inserate într-un tabel aparte;
- concluziile comisiei.

### *Model orientativ de PROCES-VERBAL*

#### **Societatea Comercială „MOLDOVA”**

**Controlul financiar  
preventiv.....**

**Serviciul  
comercial.....**

### **PROCES-VERBAL DE LICHIDARE DE LOT**

**Subsemnații:**

1. (Numele și prenumele, funcția, semnătura)
2. ....
3. ....

Constituiți în comisie la ..., în baza Deciziei... din..., având în vedere sesizarea făcută de... la data de..., avizată de serviciul comercial, am procedat la stabilirea situației finale rezultate în urma lichidării stocului de..., refarisirii lotului de... și am constatat următoarele:

Lotul lichidat a intrat în secție la data de ..., cu actul de recepție nr. ..., sosit de la..., lichidat la data ..., iar refarisirea a început la data de....

Nr. crt.	Explicația	Nr. de lăzi	Cantitatea brută	Greutatea ambalajelor		Cantitatea netă	Legume alterate	
				ladă	în total		kg	%
1.	Cantitatea recepționată	-	-	-		-		
2.	Cantitatea livrată (rezultată din refarisire)	-	-	-		-		
3.	Diferența	-	-	-		-		

**S-a constatat:**

1. S-a recuperat și s-a valorificat cantitatea de ... kg;
2. Cantitatea de ... kg fructe / legume alterate, fără posibilitate de cumpărare, respectiv...% din cantitatea netă, s-a denaturat în prezența comisiei și s-a transportat la ... cu mijlocul de transport... la data de ...,
3. Cantitatea recuperată, respectiv ... kg, s-a valorificat la prețul ... lei/kg, conform aprobării nr..., și s-a încasat suma totală de ... lei.

**Concluziile comisiei:** .....



## ***PROCESUL-VERBAL al ședinței***

Acest act se întocmește de secretariatul organelor care organizează ședința sau de alte persoane desemnate în acest scop.

Elementele de structură ale acestui gen de proces-verbal sunt:

- titlul documentului – **PROCES-VERBAL al ședinței** ... (denumirea ședinței);
- data la care are loc ședința;
- mențiuni cu privire la cadrul, împrejurările în care se întocmește documentul;
- mențiuni cu privire la numele și funcția reprezentanților organelor superioare, a delegaților sau a invitaților, numele sau numărul persoanelor care participă la ședință (după împrejurări);
- mențiuni cu privire la prezidiul ales (dacă este cazul): „*Au fost aleși în prezidiu...*”;
- ordinea de zi (prin numerotarea problemelor examinate);
- mențiuni cu privire la numele persoanei care deschide ședința;
- mențiuni cu privire la prezentarea rapoartelor sau referatelor.

Dacă raportul sau referatul este amplu, de un volum mare, acesta se anexează la procesul-verbal. În acest caz, se fac mențiuni de felul: „*A luat cuvântul asupra problemei*” „...” *dl/dna...* ” (*Referatul se anexează la prezentul*).

Inserarea celor relatate poate fi făcută la persoana întâi sau a III-a sau I (în primul caz, în modul exact în care au fost expuse de către raportor).

Alocuțiunile sau întrebările referitoare la cuvântări sunt, la fel, inserate prin consemnarea nominală a participanților.

Mențiunile cu privire la hotărârile (deciziile luate) se fac după fiecare chestiune pusă în discuție.

Procesul-verbal este semnat de cei care l-au încheiat (secretariatul sau persoanele desemnate), iar în unele cazuri, și de membrii prezidiului.

## **Tema nr. 9: REGULI GENERALE PRIVIND REDACTAREA SCRISORII DE PREZENTARE (INTENȚIE)**

### **Obiective:**

- 1. Recunoașterea regulilor de stil, de conținut și de prezentare a scrisorilor de motivație (intenție);**
- 2. Formarea abilităților de redactare a scrisorilor de intenție.**

*Scrisoarea de prezentare*, numită și *scrisoare de motivație*, este un element decisiv în vederea selectării unui candidat la un post. Cu alte cuvinte, ea trebuie să însoțească obligatoriu C.V.-ul. Scrisoarea de prezentare precedă C.V.-ul, îl anunță, constituind primul contact al candidatului cu persoana care selecționează candidații. Cei care angajează, citind o scrisoare banală sau confuză, sunt tentați să întrerupă lectura și să treacă la candidatul următor. De aceea, ca și C.V.-ul, *motivația* trebuie să se conformeze unor reguli de prezentare și de stil:

- Scrisoarea poate fi dactilografiată, dar și manuscrisă, astfel putând constitui și obiectul unei analize grafologice (dacă unitatea dispune de experți în grafologie);
- Trebuie folosită hârtie de cea mai bună calitate de format 21x27 cm, fără linii sau carioaje;
- Nu se expediază niciodată o fotocopie imprimată sau o scrisoare-tip. Dacă există mai mulți destinatari, conținutul scrisorilor e bine să fie diferit, conform stilului întreprinderii sau anunțului;
- Textul scrisorii se structurează în trei paragrafe plasate pe o singură pagină, respectându-se astfel forma estetică de redactare a scrisorii de afaceri;
- Prezentarea numelui și adresei trebuie să fie impecabile: în stânga, sus, se plasează prenumele, numele, adresa și numărul de telefon. În dreapta, ceva mai jos – data;
- Scrisoarea de motivație este adresată unei persoane fizice, și nu juridice sau, cu atât mai mult, unei funcții. De aceea destinatarul trebuie identificat. Nu se va scrie: *Managerului, Directorului, ci: Domnului director Nicolae DONȚU*;
- Paragrafele trebuie să fie alineate, respectându-se marginile colii.

### **Reguli de stil și de conținut**

Textul scrisorii de motivație trebuie să fie concis, cu fraze clare și termeni preciși. Nu sunt recomandate exprimările impersonale și/sau condiționale de tipul: „*se poate realiza*”, „*pot fi făcute*”, „*s-ar putea face*”, „*cred că aș putea face față*” etc.

Stilul nu trebuie să fie nici prea original, ieșit din comun, nici prea banal: și unul, și celălalt displace. Se recomandă a evita cu strictețe:

- Stilul administrativ („*Alăturat vă trimit ...*”);
- Stilul pompos („*Prin prezenta, vă rog să luați în considerare ...*”);
- Tonul implorator („*Sunt șomer de trei ani, sunteți ultima mea speranță...*”);
- Tonul lăudăros („*Sunt persoana de care aveți nevoie ...*”);
- Tonul agresiv („*Cum se face că produsele dumneavoastră sunt atât de puțin competitive?*”);
- Stilul narcistic („*Sunt convins că eu pot să vă aduc un profit de ...*”).

### **Introducerea autorului în context**

Conținutul trebuie să demonstreze că destinatarul nu a copiat fraze din niște scrisori-tip sau „standard”. Candidatul trebuie să sublinieze faptul că este la curent cu activitățile și obiectivele firmei, cunoaște rezultatele de ansamblu ale acesteia și îl interesează soarta ei.

### **Expunerea motivațiilor și definitivarea obiectivelor**

Un paragraf distinct al scrisorii de prezentare trebuie să evidențieze faptul că experiența profesională a candidatului (dacă o are) corespunde nevoilor firmei pentru care candidează acesta. În acest caz, va fi suficientă o simplă referire la activitatea profesională anterioară sau la capacitățile relevante ale candidatului.

### **Sugerarea unei întrevederi**

În finalul scrisorii, poate fi solicitată, în mod fin, o întrevedere anticipată prezentării C.V.-lui, menționându-se faptul că o întâlnire cu domnia sa va fi de natură să clarifice unele dintre problemele comune care necesită o abordare mai detaliată.

### **Post-scriptum**

Scrisoarea de prezentare poate fi încheiată cu un post-scriptum (P.S.), deoarece, în general, așa cum experiența o demonstrează, cel mai atent sunt citite primul paragraf și P.S.-ul. Acesta din urmă poate conține un exemplu cifric al unei realizări personale sau un aspect important din C.V., dar expus unei analize mai detaliate. În acest fel, candidatul se arată a fi convingător și un fidel exponent al trăsăturilor unei persoane care acordă maximum de atenție detaliilor celor mai semnificative.

Conținutul scrisorii de prezentare nu trebuie să repete informațiile incluse în C.V., dar să reflecte, într-o manieră cât mai convingătoare, elementele fundamentale care l-au determinat pe candidat să opteze pentru postul scos la concurs.

În general, o scrisoare de prezentare, fie că este scrisă în baza unui anunț de publicitate, fie că se referă la depunerea unei candidaturi spontane, trebuie să urmeze schema de mai jos:

**Primul paragraf:** *Cum v-am cunoscut?* (introducerea în mod succint a autorului în contextul dat);

**Al doilea paragraf:** *De ce vă scriu?* (expunerea motivațiilor care stau la baza depunerii candidaturii);

**Al treilea paragraf:** *Ce pot să vă aduc?* (definitivarea obiectivelor și a posibilităților pentru realizarea lor).

**Al patrulea paragraf:** *Vă cunosc și am putea să ne întâlnim* (prezentarea elementelor cunoscute despre firma pentru care candidează autorul; sugerarea unei întrevederi).

#### **Referirea la un anunț**

1. Atunci când se răspunde la un anunț, firul călăuzitor este deja găsit: textul anunțului. Referirea la anunț se poate face în stânga, sus, sau în introducere, citându-se publicația și data apariției:

- *Oferta de serviciu, apărută în ziarul „...” din ... 2003.*
- *Anunțul din... 2003, apărut în „Reclama”...*

Tot aici urmează explicația de ce anunțul a fost remarcat: postul propus corespunde cu cel solicitat de candidat sau cu postul pe care-l ocupă, însă având caracteristici deosebite, ce i-ar „călăuzi eforturile” continue depuse de candidat pentru reușita carierei sale.

În continuare, sunt prezentate motivațiile pentru care se solicită postul. Descrierea motivațiilor trebuie să fie simplă, succintă, la obiect, să releve, nuanțat și fin, principalele trăsături de caracter ale candidatului.

2. Pentru crearea unei imagini complexe asupra personalității și a motivațiilor acesteia, este obligatoriu ca emitentul scrisorii de prezentare să releve, în contextul elaborat, un plan de carieră, definitivând obiectivele, posibilitățile și disponibilitățile personale, în scopul demonstrării atât a unei înalte adaptabilități, cât și a capacității sale de a se integra rapid și eficient în echipa viitorilor colegi.

3. Relevând elementele cunoscute despre firma pentru care candidează, autorul va demonstra cititorului că este original și dinamic în activitatea sa.

În continuare, în baza elementelor incluse în considerațiile expuse, vom prezenta, pentru analiză, câteva dintre modalitățile posibile de redactare a conținutului unei scrisori de motivație (de prezentare).

**Limbaj tematic:** scrisoare de intenție, post-scriptum, anunț, aviz, motivație, experiență profesională.

#### **Sarcini de muncă independentă:**

1. De ce reguli trebuie să Țineți cont la redactarea unei scrisori de prezentare?
2. Care este structura unei scrisori de motivație?
3. Ce veți releve în paragraful ”Experiența profesională a candidatului”?
4. În ce mod veți solicita o întrevedere anticipată?
5. Ce trebuie să releve descrierea motivațiilor?
6. Cum veți încheia o scrisoare de prezentare?

#### **Exerciții și situații de caz**

**Studiu de caz:** Depuneți o candidatură spontană adresând scrisoarea conducătorului entității care vă interesează. Indicați persoana căreia îi adresați scrisoarea. În primul paragraf arătați cum ați ales întreprinderea: la sfatul unui prieten, după imaginea de marcă a societății, în urma unui articol apărut în presă... . Explicați motivele pentru care căutați acest post. Menționați faptul că sunteți disponibil. Sugerați mobilitatea, dorința de a pleca în străinătate, de a urma stagii de limbi străine.

**Exercițiul nr.1.** Ați absolvit recent ASEM-ul. Nu aveți nici o experiență profesională. Redactați o scrisoare de prezentare în care să relevați alte calități ale dvs. care ar impresiona cititorul și l-ar face să vă accepte pentru o întrevedere.

*Model de scrisoare de intenție*

**Elena DORU**  
**Str. Gh. Madan nr. 51, ap.15**  
**MD-2020, mun. Chișinău**

**16 septembrie 2017**

Stimate domnule Președinte (numele și prenumele),

Subsemnata **Elena DORU**, am luat cunoștință de anunțul publicat în ziarul „Monitorul” din 15 ianuarie 2018.

Însuflețită de dorința de a reuși și de realele posibilități de afirmare, propun atenției Dvs. candidatura mea pentru ocuparea postului de economist la Banca Comercială.

Beneficiind de o pregătire universală adecvată, inclusiv de o diplomă de absolventă a Academiei de Studii Economice din Moldova, facultatea Finanțe și Bănci, sunt pregătită să pun la dispoziția instituției pentru care candidez avantajele formării mele teoretice, pe cele ale semnificativei experiențe de care dispun (îndeosebi în domeniul financiar-bancar).

Documentându-mă asupra activității derulate de banca pe care o conduceți, am constatat, cu nedismulată satisfacție, că profilul și realizările acesteia corespund pe deplin aspirațiilor mele. Iată de ce îmi permit să apreciez că dorința mea de afirmare, entuziasmul, adaptabilitatea, fidelitatea și pasiunea pentru reușita totală sunt numai câteva dintre trăsăturile de caracter pe care voi fi onorată să le expun la dispoziția unei echipe tinere și dinamice.

În același context, subliniez faptul că experiența acumulată de mine pe parcursul a 15 ani de activitate, adăugată principiilor neconformiste de simplificare a acțiunilor întreprinse și dorinței de finalizare eficientă pe care se bazează întreaga mea activitate, poate dovedi din plin utilitatea și aportul benefic la creșterea rezultatelor unității în cadrul căreia aș dori să mă integrez, oferind, și pe această cale, maximum de satisfacții celor care îmi vor acorda încrederea lor.

Cu convingerea că atenția Dumneavoastră va fi reținută de candidatura mea, vă mulțumesc pentru timpul acordat, sperând că un interviu va fi de natură să releve aspecte suplimentare aferente personalității, capacităților și disponibilităților mele.

Vă rog să primiți, stimate Domnule Președinte, expresia sentimentelor mele cele mai distinse.

(Semnătura)

## 9.1. STRUCTURA SCRISORILOR DE REFERINȚĂ ȘI DE RECOMANDARE

Scrisoarea de referință este unul din elementele decisive în vederea selectării candidaților la ocuparea unor posturi. Ea completează informațiile despre candidat relatate în C.V. și în scrisoarea de motivație.

În multe cazuri, recomandările și, îndeosebi, referințele sunt neobiective. Puțin probabil că cel care-l cunoaște pe candidat de 10 ani de zile îi va scrie o referință ce-i va fi în detriment.

La redactarea scrisorii de referință și de recomandare e necesar să se țină cont de următoarele:

- Conținutul scrisorii trebuie să fie comparat cu cel al C.V.-lui, pentru a nu repetă unele detalii referitoare la activitatea persoanei;
- Înainte de a se redacta scrisoarea, trebuie să se facă o listă cu caracteristicile pozitive ale persoanei, pentru a fi sigur că au fost abordate toate în scrisoare;
- Dacă referința este făcută pentru o persoană care vrea să obțină un credit sau să arendeze un imobil etc., trebuie să se menționeze „solvabilitatea financiară a respectivului”.

La elaborarea unei recomandări pentru cineva care prezintă suspiciuni, scrisoarea se redactează fără entuziasm, cu indiferență, motiv care-l va pune în gardă pe destinatar. De exemplu: „*O cunosc pe dna... de acum 10 ani. Este prietenoasă și, după câte știu, onestă și cumsecade. Nu am nici un temei să consider că dumneaei nu va face față activității propuse...*”

O scrisoare de recomandare trebuie să includă următoarele informații:

- numele întreg al persoanei;
- titlul și adresa întreprinderii unde lucrează;
- adresa de la domiciliu, dacă este cazul;
- numele membrilor familiei sale și vârsta copiilor (dacă e cazul);
- numele persoanei care l-a propus;
- orice calitate a candidatului necesare serviciului solicitat;
- calitățile deosebite, realizările avute la serviciu sau în timpul anilor de studii (dacă e cazul);
- fraza de recomandare.

**Când managerul este nevoit să concedieze pe cineva din cu totul alte motive decât incompetența sau încălcările de activitate, scrisoarea de recomandare (dacă este solicitată) va conține următoarele:**

- **Datele** privind perioada în care a lucrat pentru companie și randamentul corespunzător: „Domnul... a lucrat pentru..., de la ... până la ... în calitate de contabil-șef”.
- **Motivul concedierii:** „Din cauza unei reorganizări a personalului din conducere și a unor dificultăți financiare ale companiei, suntem nevoiți să renunțăm la serviciile domnului...”.
- **Realizările avute:** „În timpul celor 4 ani de activitate, s-a dovedit a fi un membru loial, inteligent și cu multe idei novatoare, fiind interesat de obiectivele companiei, sprijinindu-ne în acest sens”.
- **Calitățile deosebite:** „Este gata oricând să participe la elaborarea de noi proiecte și propuneri pentru noi afaceri. Are păreri creatoare și este capabil să elaboreze soluții practice. Are un spirit bun de echipă”.
- **Fraza de recomandare:** „Îl recomand cu toată răspunderea ca pe o persoană capabilă și conștiincioasă”.
- **Oferirea de a discuta cu orice patron:** „Vă stau la dispoziție cu plăcere pentru a răspunde la orice întrebare despre serviciul prestat de domnul... în această companie”.

**În scrisoarea de referință fraza de recomandare a persoanei lipsește. Autorul scrisorii nu aduce decât informații despre activitatea, rezultatele activității, cifra de afaceri realizată, calitățile deosebite de caracter etc.**

**Formule folosite la redactarea scrisorilor de referință și de recomandare**

**Formule de introducere**

- Este o onoare pentru mine să susțin pe domnul / doamna...
- Prin prezenta, am plăcerea să recomand pe dna / dl...

- Adresez această scrisoare Consiliului Dvs., pentru a recomanda pe...
- Scopul acestei scrisori este de a o (a-l) propune pe dna / dl vicepreședinte a (al) ...
- Dl/dna ... a lucrat pentru compania / firma ... timp de...
- O (Îl) recomand cu multă plăcere / cu toată răspunderea pe dna (dl) ...

### **Formule de conținut**

- Îl (o) cunosc pe dl/dna ... de 10 ani... și am urmărit evoluția carierei sale pe măsură ce s-au multiplicat activitățile lui/ei...
- Detaliile biografiei lui/ei, numeroasele premii pe care le-a primit în domeniul..., precum și activitatea sa ca membru al câtorva consilii de conducere a unor firme, cu profit de valoare, o (îl) recomandă pe ...
- Dl/dna a avut contribuții de valoare în ... și are reputația de a fi o persoană activă în ...
- A reușit să combine viața de familie cu cea profesională cu o deosebită iscusință.
- Perfecta cunoaștere a domeniului administrativ și a celui informațional i-a permis dezvoltarea unor abilități și competențe în cadrul...
- Aș fi încântat să vă relatez despre calificarea și despre cât este de potrivit pentru...
- Veți observa în scrisoarea de motivație anexată că dl (dna) ... a înaintat rapid în cariera sa, având o vârstă de numai... ani.
- Dl(Dna)... este un investigator important într-unul din proiectele...

### **Formule de încheiere**

- Sunt onorat să propun pe dl (dna) ... pentru...
- Sper că această propunere privind obținerea postului de ... va fi examinată cu atenție de Dvs.
- Vă stau la dispoziție cu plăcere, pentru a vă oferi informații suplimentare despre serviciul prestat de...
- O/ Îl recomand cu toată răspunderea ca pe o persoană capabilă și conștiincioasă.
- Sunt convins (ă) că dl/dna ..., fiind în mod deosebit interesat (ă) de ... Dvs. și dând dovadă de deosebite calități morale și abilități de studiere, va face față cerințelor instituției Dvs.
- Am convingerea că este tocmai genul de persoană care să ocupe acest post și este într-adevăr o plăcere să o recomand.

### **Model de scrisoare de recomandare a unei persoane**

**Stimate Domnule ...,**

Îmi permit să vă prezint, în cele ce urmează, aptitudinile și disponibilitățile, în domeniul Relațiilor Economice Internaționale, ale absolventului Academiei de Studii Economice din Moldova, **Andrei HÂNCU**, care participă la concursul DESS "*Gestion et Dynamisation du Developpement*".

Pe parcursul anilor de studii universitare, Andrei HÂNCU a acumulat cunoștințe teoretice ample în domeniul economiei, în domeniul managementului și al finanțelor, dând dovadă de abilități de sintetizare și prezentare a opiniilor personale.

Disponând de cunoștințe bune în aceste domenii și de posedare a patru limbi (română, rusă, franceză, engleză), Andrei HÂNCU a activat în calitate de specialist coordonator în proiectul „Privatizare și Restructurare”, sponsorizat de USA ID, demonstrând cunoștințe avansate în procesul de asistență al economiei Moldovei.

În prezent, Andrei Hâncu își face studiile cu frecvență redusă la facultatea Finanțe, pe care o va absolvi în...

Sunt convins(ă) că Andrei HÂNCU, fiind în mod deosebit interesat de programul Dvs. de studiu și dând dovadă de deosebite calități morale și abilități de studiere, va face față cerințelor instituției Dvs.

Cu deosebit respect,

Șef catedră „Relații Economice Internaționale”...,

## Tema nr. 10: INVITAȚIILE OFICIALE

Prestigiul expeditorului este pus într-o lumină favorabilă sau nefavorabilă și după modul de redactare și de prezentare a invitațiilor.

Aspectul de ansamblu al invitației este foarte important. Mărimea, culoarea, aspectul grafic, conținutul – toate trebuie să corespundă imaginii firmei și să comunice natura manifestării: ceea ce este potrivit producătorului de lenjerie nu poate să corespundă unei bănci și viceversa. De aceea, este un lucru important ca persoana care redactează invitațiile să cunoască atât modul corect de formulare a ei, cât și regulile de expediere. Firește, dacă este găzduit un eveniment de proporții, la care vor participa persoane din afara orașului, trebuie să li se comunice din timp data la care va avea loc activitatea: aceasta le va da posibilitate să-și programeze acțiunea companiei-gază în agenda lor, pentru a-și rezerva timpul necesar.

### *Structura unei invitații*

O invitație corect formulată și eficientă trebuie să conțină următoarele elemente:

1. Simbolul / Emblema firmei / companiei, care poate fi plasată la începutul sau la sfârșitul invitației;
2. Numele gazdelor;
3. Fraza de invitație;
4. Genul de eveniment;
5. Scopul evenimentului;
6. Data la care va avea loc evenimentul;
7. Ora la care va începe evenimentul;
8. Indicarea locului;
9. Instrucțiuni speciale (dacă e cazul);
10. Telefon de relații, adresa.

### Model



#### Emblema

#### INVITAȚIE

Stimată Doamnă \_\_\_\_\_,

Ne face mare plăcere să vă anunțăm lansarea noului pachet de programare **ECO smart** pentru calculator.

Datorită interesului manifestat de informaticienii practici și de cei universitari, am reușit, pe parcursul a 4 ani de eforturi susținute, să elaborăm și să dezvoltăm un produs informatic complex de prelucrare și stocare a imaginilor **alb-negru și color**, care va deveni, pentru profesia Dvs., un adevărat asistent capabil, precis, rapid și fidel.

Lansarea oficială a ECO smart va avea loc în ziua de **joi, 12 septembrie 200..**, începând cu ora **16.00** (accesul va fi posibil numai până la ora **16.30**) în **Sala Mare...** din **Chișinău** și va fi urmată de un cocteil la restaurantul hotelului.

Relații la tel: 22.22.22

***Nu uitați să aduceți cu Dvs. această invitație!***

Accesul în sală și surprizele din timpul evenimentului vor fi accesibile cu ajutorul ei.

Vă mulțumim

## 10.1. CĂRȚILE DE VIZITĂ DE AFACERI

Prima formulă grafică, cu adevărat importantă pentru majoritatea oamenilor de afaceri, *este cartea de vizită de afaceri*. Un tânăr întreprinzător din ziua de azi își face cartea de vizită la primul succes al întreprinderii la care activează.

Cartea de vizită de afaceri și felul în care ea este înmănată reprezintă un mijloc personal de comunicare al unui cadru executiv. Pentru interlocutor, este una dintre primele impresii despre posesorul ei.

Cartea de vizită e necesar să fie executată și înmănată în așa fel cuiva, încât să-l facă să dorească să mai ia legătura cu stăpânul ei.

Ea poate fi prezentată cu următoarele intenții:

- pentru a-i aminti cuiva cine este autorul ei, unde se află și cum poate fi găsit.
- fiind anexată la un raport anual, la o revistă sau la orice alt lucru promis de a fi expediat unei persoane, căreia i-ar face plăcere să-l primească.
- pentru a fi folosită ca anexă la un cadou sau la un buchet de flori;
- etc.

O carte de vizită executată reușit și prezentată corect va produce o impresie plăcută și eficientă în relațiile de afaceri.

**Prezentarea cărții de vizită.** Este deosebit de important să se știe, mai ales pentru un tânăr cadru executiv, cum poate fi prezentată corect cartea de vizită de afaceri. Oferind-o unei persoane anumite, posesorul ei nu trebuie să pară nici prea insistent și nici prea nehotărât.

Or, următoarele recomandări l-ar ajuta neîndoielnic:

- Cartea de vizită de afaceri nu trebuie impusă unui superior în funcție, fără ca acesta să o ceară;
- Cartea de vizită de afaceri nu trebuie oferită unei persoane, complet necunoscute, întâlnite întâmplător, după o primă conversație (de ex., unei persoanei întâlnite într-o călătorie în tren sau la un prânz într-un restaurant), neștiind adevăratele ei intenții.
- Cărțile de vizită nu trebuie răspândite într-un mare grup de necunoscuți. Aceștia pot să suspecteze faptul că sunt impuși să cumpere ceva și se vor descotorosi de potențialul „vânzător”. La o întâlnire de afaceri, cea mai bună cale de prezentare a cărții de vizită de afaceri este ca ceilalți să nu-și dea seama când cuiva îi este înmănată cartea de vizită. Schimbul se face în particular, numai între cei doi, nu ca un gest bătător la ochi – în public.
- Participând la o ședință în afara serviciului, schimbul cărților de vizită se face la începutul întrunirii sau, rareori, la sfârșitul ei. În timpul întrunirii, ea poate fi prezentată celor ce stau în preajmă, cu scopul ca aceștia să afle cine vorbește.
- Nu trebuie prezentată, în nici un caz, o carte de vizită de afaceri murdară, depășită sau cu defect.
- Cărțile de vizită pot fi prezentate și în cadrul invitațiilor particulare, în cazul în care apare ocazia unei afaceri bune. În aceste situații – dineuri, prânzuri la restaurante sau acasă la cineva, cocteiluri – cărțile de vizită nu trebuie oferite niciodată în timpul mesei.
- Cea mai importantă parte a ceremonialului cărții de vizită de afaceri este „personalizarea” ei, ceea ce presupune scrierea unei informații cu caracter personal cu un stilou pe verso-ul ei. De exemplu, atunci când este prezentat cineva, de posesorul cărții de vizită, unui coleg de-al său, acesta poate scrie pe recto sau pe verso-ul cărții de vizită: „*Sunt sigur că-ți va face plăcere să discuți cu domnul X*”, semnat cu prenumele.

### **Desig-nul cărții de vizită de afaceri**

O carte de vizită de afaceri nu face parte numai din papetăria personală a unui cadru executiv, ci este și o parte a unui program mai larg de unificare grafică a unei întreprinderi.

Un cadru executiv își tipărește cartea de vizită în timp ce urcă scara socială. Pentru tipărirea acestui tip de papetărie, există mai multe desig-nuri, tradiționale și originale, care reprezintă întreprinderile în circulație.



Persoana care lucrează într-o întreprindere de prestigiu trebuie să aibă și o carte de vizită cu un standard de calitate, ceea ce-i imprimă acesteia rafinament și importanță. Un design de prost gust al cărții de vizită prezintă o imagine fără valoare a posesorului, pentru acei cărora le rămâne numai cartea de vizită, ca să-și amintească de el.

Dimensiunea standard a unei cărți de vizită de afaceri variază în jurul mărimilor 8x4x1/2 mm.

Cărțile de vizită pot avea forme neobișnuite, în funcție de tipurile de afaceri. Ingeniozitatea unor designeri privind mărimile și forma cărții de vizită ajunge până la excentricitate. Unii oameni de afaceri, pentru a-și face cartea de vizită memorabilă, le dau forma produselor ce țin de afacerea lor: *hamburger*, *automobil*, *diferite automate*, *cărți* etc. Nu se știe dacă cu o astfel de carte întotdeauna se câștigă respect. Oamenii nu pot pune cu ușurință în portofelele sau în suporturile lor speciale o carte de vizită cu o formă ciudată.

*Materialul* din care este executată cartea poate fi lucios sau mat, gros sau subțire, dar trebuie să fie îndeajuns de rezistent, ca să nu se șifoneze.

Conducătorii de întreprinderi folosesc două tipuri de cărți de vizită: primele - pentru a le trimite prin poștă, iar celelalte – pentru a le prezenta persoanelor de afaceri foarte importante.

*Culoarea* cărților de vizită trebuie să se potrivească cu cea a papetăriei companiei.

Conținutul cărții de vizită de afaceri e necesar să cuprindă următoarele elemente:

1. *Antetul, marca sau simbolul* întreprinderii. *Simbolul* trebuie să reprezinte genul de activitate al întreprinderii. De exemplu: pentru un informatician sau un contabil – poate fi un calculator, care are diferite cifre pe ecran; pentru o florăreasă – un buchet de flori; pentru un specialist în domeniul institutelor de înfrumusețare – un pahar plin cu perii de cosmetică; pentru o persoană care lucrează la o casă de modă – un manechin cu o eșarfă înfășurată în jurul gâtului etc.
2. *Numele*;
3. *Funcția* (dacă este oportun);
4. *Numele întreprinderii*;
5. *Adresa*;
6. *Telefonul*; faxul
7. *Numărul de telefon de la domiciliu* (pentru persoanele care lucrează și în afara oficiului / întreprinderii);
8. *Adrese ale altor birouri din țară* (dacă este un lucru oportun).

### ***Informații necesare executării design-ului cărții de vizită de afaceri***

- Proprietarul mai multor întreprinderi este preferabil să aibă cărți de vizită separate, pentru fiecare întreprindere câte una.
- Dacă birourile proprietarului se află în mai multe locuri, este bine ca adresa lor să fie inclusă pe cartea de vizită.
- Dacă proprietarul cărții de vizită are un titlu profesional (*doctor, doctor în economie etc.*), nu se folosesc cuvintele „*domnul*”, „*doamna*”, „*domnișoara*”, ci doar titlurile.

***Cărțile de vizită de afaceri pentru străinătate*** se tipăresc în două limbi: pe o parte în limba oficială a țării unde se află întreprinderea și pe cealaltă parte – în limba țării cu care se face tranzacția.

Unii oameni de afaceri europeni tipăresc și informații suplimentare pe cărțile de vizită. De exemplu, tipul de întreprindere, numărul de angajați, veniturile anuale, realizările mai importante etc. Acest gen de cărți de vizită de afaceri reprezintă un mijloc de furnizare de informații.

Există un ritual al prezentării cărților de vizită pentru fiecare țară în parte. De aceea, înainte de a pleca într-o țară, trebuie studiate subtilitățile momentului și modului în care trebuie oferită cartea de vizită. De exemplu, în Japonia, la fiecare întâlnire de afaceri are loc schimbul cărților de vizită între toți participanții. Dacă la o întâlnire participă 100 de persoane, atunci toți 100 își oferă cărțile de vizită.

## 10.2. SCRISORI DE RECUNOȘTINȚĂ ȘI DE MULȚUMIRE

Multe persoane consideră că un cuvânt de mulțumire spus la telefon exprimă îndeajuns recunoștința pentru o favoare, un cadou, o invitație. Și totuși o notă scrisă de mână sau dactilografiată este mult mai eficientă și mai apreciată decât un telefon. Aceste mulțumiri pot fi înregistrate și păstrate, dar pot fi arătate și altor persoane.

Atunci când se scrie o notă de mulțumire, este bine să se știe următoarele:

- O scrisoare de mulțumire trebuie scrisă pe o hârtie corespunzătoare, și nu pe orice fel de hârtie, care, mai ales, nu se asortează cu plicul;
- Dacă autorul are o caligrafie frumoasă, e bine ca scrisoarea să fie scrisă de mână, dacă nu, este de preferat să fie dactilografiată;
- Dacă mulțumirile se adresează și altor persoane decât destinatarului, se solicită acestuia să transmită mesajul și celorlalți;
- Notele de mulțumire e necesar să fie formulate scurt și fără fraze banale. De exemplu, formula „*Vă mulțumesc foarte mult*” nu trebuie să apară în scrisoare mai mult de o singură dată.
- Într-o scrisoare de mulțumire nu se cere o favoare. Ea trebuie doar să fie expresia grațitudinii celui care o scrie. Dacă se va cere o donație sau orice altceva ce ar impune destinatarului o acțiune concretă, se distruge impactul gestului de recunoștință.

**Notă: Orice favoare cerută e de dorit să fie exprimată într-o altă scrisoare și trimisă altă dată.**

Pentru facilitarea redactării, se propun următoarele fraze-tip:

- *Am dori să vă mulțumim pentru ...*
- *Vă mulțumim foarte mult și sperăm că acest contract va conduce la relații de durată...*
- *Nu avem cuvinte să ne exprimăm recunoștința...*
- *Vă rămânem foarte îndatorați...*
- *Mi-a făcut plăcere să.... Vă mulțumesc.*
- *Apreciez mult gestul Dumneavoastră și vă transmit toate cele bune de sărbători.*
- *De-abia aștept să vă aduc nemijlocit mulțumirile mele,*
- *Cu mulțumiri anticipate,*

### **Model de scrisoare de mulțumire**

#### *Mulțumiri pentru organizarea stagerii*

Stimate Doamnă...,

După întoarcerea mea în Moldova, aș dori să vă mulțumesc pentru primirea prietenoasă. Practica de nouă săptămâni la firma „...” mi-a permis să mă familiarizez cu tehnicile de management ale unei firme notorii.

Colaboratorii Dvs. au dat dovadă de multă răbdare și mi-au stat alături pentru rezolvarea diferitelor probleme pe care mi le-ați încredințat.

În anexă vă trimit raportul meu de practică și sper că el conține cele mai importante aspecte ale activității mele.

Cu salutări cordiale,

## Scrisori de felicitare sau de marcare a unor ocazii speciale

Scrisorile de felicitare, calde, amicale, pot fi de mare ajutor, mai ales, în relațiile manager – subaltern, coleg – coleg. Orice se poate face pentru ca noul angajat să se simtă bine primit, să se integreze cât mai repede în serviciu sau pentru un coleg, cunoscut, prieten – să se simtă remarcat într-o clipă importantă din viața lui.

Poate părea surprinzător, dar într-o astfel de scrisoare se poate spune aproape orice și nu există absolut nici un motiv ca o scrisoare de acest fel – *de felicitare* – să nu fie pătrunsă de sinceritate, căldură și de toate aprecierile pozitive.

Formule folosite în scrisori de felicitare:

- *E o plăcere reală pentru mine să vă trimit sincere felicitări pentru...*
- *Ne face plăcere să vă aduc(em) cele mai sincere felicitări cu ocazia...*
- *Dorim să știți cât de mult apreciem remarcabilele Dvs. rezultate pe care le-ați obținut și Vă aducem cele mai sincere felicitări cu această ocazie.*
- *Acum, cu ocazia sărbătorilor de iarnă, dorim să Vă trimitem cele mai bune urări pentru Dumneavoastră și familia Dumneavoastră.*
- *Să aveți un Nou an fericit și prosper!*
- *Suntem mândri să avem printre noi oameni ca Dumneavoastră și ținem mult la calitățile deosebite cu care v-ați afirmat în colectivul nostru.*
- *Știm cât de mult ați muncit, ca să atingeți acest țel, și vă felicit cu toată sinceritatea pentru succesul Dumneavoastră.*
- *Vreau să vă felicit pentru rezultatele Dumneavoastră și să vă spun cât suntem de mândri să vă avem în echipa noastră...*
- *Aș vrea să vă urez mult succes în noua funcție și să vă felicit pentru rapida Dumneavoastră ascensiune.*
- *Fie ca Dvs. și familia Dvs. să vă bucurați de mulți ani de viață fără umbre și regrete*
- *Noua Dvs. poziție este, cu siguranță, o recunoaștere a contribuțiilor Dvs. din ultimii ani la bunul mers al acestei companii.*
- *Suntem mândri de marea performanță profesională pe care ați căpătat-o...*
- *Această zi este un prilej de mândrie pentru DVS, dar și pentru noi, cei din companie...*
- *Ați lucrat la... timp de ... ani, timp în care ați muncit cu dăruire și talent.*
- *Considerațiile noastre față de profesionalismul Domniei Voastre nu pot fi estimate.*
- *Cu ocazia jubileului, vă aducem omagiile noastre și ne exprimăm considerația față de ...*
- *Să trăiți mulți ani fiind glia de tămădă și cuibul de înviere al neamului unde doinește fluierul și naiul...*
- *Să fiți izvorul de sănătate, de viață și de bucurii al celor ce intră în casa Dvs.*
- *Vă dorim ca discipolii Dvs. să fie demni de marii pedagogi...*
- *Să vă însoțească mereu tot ce e mai bun pe lume: sănătatea, înțelepciunea, dragostea și visele împlinite.*
- *Fie-vă alături mereu copiii, prietenii, norocul și amintirile frumoase.*
- *La împlinirea anilor, când virtutea vă încununează opera firii autentice, vă aducem omagiile noastre...*
- *Ani mulți și sănătate, entuziasm și vigoare emoțională, prieteni devotați și oameni dragi!*
- *Prin munca Dumneavoastră asiduă ați reușit să creați o imagine de savant cu o înaltă ținută...*
- *Ca Prometeu, ați purtat torța de iluminist prin labirinturile vieții, semănând lumină și dragoste pe acest pământ.*
- *Ați demonstrat o perseverență și o tenacitate de invidiat!*
- *Cele mai alese cuvinte vă aducem cu ocazia zilei/ sărbătorii/ jubileului...*

- *Această zi îmi oferă un deosebit prilej de a vă aduce cele mai sincere felicitări și urări de sănătate, fericire și pace în suflet.*
- *Cuvintele nu sunt capabile să exprime tot respectul ce ți-l purtăm...*

### ***Model de scrisoare de felicitare***

#### *Felicitare cu ocazia jubileului unei instituții*

Stimate...,

Am o mare plăcere să vă aduc, cu ocazia jubileului..., cele mai sincere felicitări din partea Corpului Diplomatic al Ambasadelor țărilor prietene care se află în Moldova.

Atât pentru Dvs., cât și pentru noi, acești 10 ani s-au încununat cu o sărbătoare de mare importanță, ea relevând faptul că instituția Dvs. s-a afirmat prin activitatea sa ca una dintre cele mai importante din învățământul superior economic din Republica Moldova, deținând, astfel, pozițiile de lider și coordonator între ele. Îmi dau bine seama că aceste rezultate n-ar fi fost posibile fără o cooperare entuziastă și fără efortul fiecăruia dintre dumneavoastră, stimați profesori, și vreau să-mi arăt prețuirea salutându-vă călduros și zicându-vă: “Cele mai sincere felicitări pentru succesul Dumneavoastră!”

Este notoriu faptul că ați promovat, încă de la înființare, o largă deschidere internațională, îmbinând strategia activității Dumneavoastră, tradiția școlii din Moldova, cu experiența acumulată de instituții similare din alte țări, și ne bucurăm nespus de mult că și relațiile noastre de colaborare sunt în deplină înflorire. Dați-ne voie să vă asigurăm că nu vor lipsi ocaziile să vă susținem și mai departe, în limita posibilităților, în diferitele modalități de desfășurare a schimburilor și contactelor interuniversitare, care își vor găsi concretizarea în inițierea unor noi și complexe compartimente ale activității Dvs.

Ținem în mod deosebit la instituția Dumneavoastră și vă urăm să vă afirmați în același mod în cadrul instituțiilor europene notorii.

Încă o dată primiți, mult stimați..., felicitările noastre.

### Resursele didactice recomandate elevilor

Nr. Crt.	Denumirea resursei	Locul în care poate fi consultată/accesată/procurată resursa
1.	Borcoman, Raisa. Corespondența economică și juridică / Chișinău: ASEM, 2007. – 425 p. – Bibliogr. P. 424-425. – ISBN 978-9975-238-1	Bibliotecă ASEM
2.	Borcoman, Raisa. Corespondența economică. Limbaj economic – Probleme-Exerciții și situații de caz – Teste / R. Borcoman,- Chișinău: ASEM, 2005. – 113 p.. Bibliogr.. p. 112 – 113.- ISBN 9975-75-288 - 8	Bibliotecă ASEM
3.	Geru, Tamara. Modalități de comprimare a mesajului economic scris / Parascovia Grozavu, Tamara Geru//Economica. – An 2001, V. Nr. 2, p.87-88.	Bibliotecă ASEM
4.	Mistreanu, Ecaterina. Comunicarea scrisă (eseul) – sinteza unui mesaj/Ecaterina Ruga, Ecaterina Mistreanu, Angela Moldovanu// Economica.- An 2001, V Nr. 2, p.. – Bibliogr. P. 27	Bibliotecă ASEM
5.	Mișelea, Pavel. Cum să întocmim un document/Pavel Mișelea.- Chișinău: Concordia, 1990. – 28 p.. – Bibliogr. P.27	Bibliotecă ASEM