

# Regulament privind organizarea și desfășurarea concursului regional pentru elevi "TIMIȘOARA CREATIVĂ"

## REGULATION REGARDING ORGANIZATION OF THE REGIONAL "CREATIVE TIMIȘOARA" CONTEST

<b>Elaborat:</b>	Prodecan FEAA, Prof. univ. dr. Nicoleta SÎRGHI Președinte Comisia 1 Consiliu FEAA, Conf. univ. dr. Ciprian ȘIPOȘ Cadru didactic FEAA, Conf. univ. dr. BRÎNDESCU-OLARIU Daniel	
<b>Aviz juridic:</b>	Consilier juridic, Nadia Topai	
<b>Avizat:</b>	Consiliul Facultății de Economie și de Administrare a Afacerilor	HC FEAA nr. 48/09.12.2021
<b>Revizat:</b>		HC FEAA nr. <b>.../04.04.2024</b>
<b>Avizat:</b>	Prorector responsabil cu strategia academică și relația cu studenții, Conf. univ. dr. Mădălin Bunoiu	
<b>Ediția a X-a 2024</b>		
<b>Intrat în vigoare la data de.....</b>		
<b>Retras la data de .....</b>		

## CAPITOLUL I

### Dispoziții generale

**Articolul 1.** Prezentul regulament stabilește cadrul general pentru organizarea și desfășurarea concursului regional *Timișoara Creativă* denumit în continuare „concursul”, destinat elevilor din clasele IX-XII.

**Articolul 2. Cadrul legal:**

- (1) Legea Educației Naționale nr. 1/2011, cu modificările și completările ulterioare
- (2) Carta UVT

## CAPITOLUL II

### Obiectivele concursului

**Articolul 3.**

- (1) *Obiectivul general* al concursului regional *Timișoara Creativă* vizează dezvoltarea competențelor antreprenoriale ale tinerilor liceeni și stimularea implicării acestora în comunitatea din care fac parte.
- (2) *Obiectivele specifice* ale concursului sunt următoarele:
  - a) implicarea elevilor de liceu în planificarea dezvoltării comunității;
  - b) dezvoltarea caracterului participativ, orientat spre performanța individuală;
  - c) stimularea spiritului competitiv și de anteprenoriat în rândul elevilor de liceu;
  - d) orientarea elevilor de liceu în alegerea specializării la nivel de facultate.

## CAPITOLUL III

### Organizarea concursului

**Articolul 4.** Concursul „*Timișoara Creativă*” are caracter regional și se adresează elevilor de liceu din clasele IX-XII, indiferent de profil/specializare.

**Articolul 5.**

- (1) Concursul regional *Timișoara Creativă* se va organiza anual de către Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor din cadrul Universității de Vest din Timișoara.
- (2) Elevii vor putea forma echipe pentru a participa la competiția de idei de afaceri derulată în perioada 05.04.2024 – 10.06.2024.
- (3) O echipă va fi constituită din 9 elevi de la același liceu și va fi coordonată de un cadru didactic al liceului. Fiecare echipă va identifica o nevoie a comunității locale și va propune o soluție destinată acoperirii acestei nevoi. Soluționarea nevoii comunității va fi planificată din perspectiva inițiativei private. Echipa va proiecta astfel o întreprindere debutantă care deservește comunitatea prin furnizarea de produse sau servicii.

- (4) Ideea de afaceri va fi configurată sub forma unui plan de afaceri sintetic (maxim 10 pagini) ce va fi redactat conform Anexei 1.
- (5) Se va acorda importanță identificării și evaluării nevoilor comunității, prezentării modalității în care aceste nevoi sunt soluționate prin serviciile oferite de întreprindere, explicării beneficiilor obținute de membrii comunității, demonstrării potențialului ideii de afaceri în materie de profitabilitate.

#### **Articolul 6. Înscrierea**

- (1) Înscrierea unei echipei în competiția de planuri de afaceri va fi efectuată de către cadrul didactic coordonator în perioada 08.04.2024 - 26.04.2024.
- (2) Nu se percep taxe pentru participare din partea concurenților sau alte contribuții financiare.
- (3) Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor nu răspunde de erorile de înscriere și nici de erorile de completare comise de candidați în formularul de înscriere.

#### **Articolul 7. Calendarul concursului**

Etapelor desfășurării concursului sunt următoarele:

- Înscrierea echipelor în competiția de planuri de afaceri se va realiza până la data de 26.04.2024;
- Organizarea de cursuri în domeniul antreprenorialului: 09.05.2024 – 10.05.2024;
- Organizarea de ședințe de consiliere în licee: 13.05.2024 – 24.05.2024;
- Transmiterea planurilor de afaceri: 04.06.2024;
- Prezentarea planurilor de afaceri în fața comisiei de evaluare: 07.06.2024;
- Publicarea clasamentului final pe site-ul FEAA <https://feaa.uvt.ro/ro/> : 07.06.2024;
- Acordarea diplomelor și a premiilor: 10.06.2024.

## **CAPITOLUL IV**

### **Desfășurarea concursului**

**Articolul 8.** Ediția a X - a concursului regional *Timișoara Creativă* se desfășoară la sediul Facultății de Economie și de Administrare a Afacerilor.

#### **Articolul 9. Descrierea probelor de concurs**

În pregătirea planurilor de afaceri, întâlnirile vor fi organizate în cadrul liceelor sau online, după finalizarea programului școlar al elevilor participanți (în intervalul orar 15.00-16.00). După predare, planurile de afaceri vor fi evaluate de o comisie formată din cadre didactice ale FEAA, în baza unei grile. Echipele vor susține ulterior planurile de afaceri în fața comisiei, în cadrul unui eveniment organizat la sediul FEAA.

**Articolul 10. Procesul de evaluare al concursului** include două componente:

**I.** evaluarea planurilor de afaceri transmise de echipe;

**II.** evaluarea prezentărilor efectuate de echipe în fața comisiei.

În baza evaluării ideilor de afaceri va fi realizat un clasament, echipele clasate pe primele 3 locuri urmând a fi premiate.

Planurile de afaceri (redactate conform Anexei 1) vor fi prezentate în fața unei comisii de specialiști, cu experiență în elaborarea și evaluarea de planuri de afaceri în mediul de afaceri regional. Anterior prezentării, planurile de afaceri vor fi puse la dispoziția membrilor comisiei, care le vor evalua în strictă concordanță cu criteriile stabilite în prezentul regulament. În baza analizei planurilor de afaceri, fiecare membru al comisiei va acorda punctaje provizorii în propria grilă de evaluare.

Sistem de punctare:

Nr.crt.	Criteriu de evaluare	Punctaj	Simbol
0	Punctaj din oficiu	10	C0
1	Coerența prezentării	10	C1
2	Proiectarea ciclului de exploatare	15	C2
3	Fundamentarea bugetului și corectitudinea structurării surselor de finanțare	15	C3
4	Claritatea identificării pieței țintă	5	C4
5	Calitatea analizei pieței	10	C5
6	Coerența strategiei de marketing	15	C6
7	Fundamentarea planificării financiare	15	C7
8	Corectitudinea analizei pragului de rentabilitate	5	C8
-	Total	100	-

- (1) Cu ocazia prezentărilor, membrii comisiei vor putea adresa echipelor întrebări, în vederea clarificării unor aspecte. În urma prezentărilor, fiecare membru al comisiei va stabili punctajele definitive. Dacă la oricare dintre criterii vor exista diferențe mai mari de 2 puncte între oricare dintre membrii comisiei, președintele comisiei va media o dezbatere în vederea reconcilierii.
- (2) Punctajul acordat de fiecare membru al comisiei pentru fiecare criteriu va fi un număr întreg, cuprins între 0 și punctajul maxim alocat criteriului. Pentru fiecare echipă, fiecare membru al comisiei va calcula punctajul total, ca sumă a punctajelor pe criterii.
- (3) Punctajul total astfel calculat va fi un număr întreg, cuprins între 10 și 100.

### **Articolul 11.**

Pentru elevii cu dizabilități, în baza documentelor doveditoare, probele de concurs pot fi adaptate în funcție de tipul și severitatea dizabilității.

## CAPITOLUL V

### REZULTATELE CONCURSULUI ȘI PREMIERA

#### Articolul 12. Premiile

- (1) Gala de premiere va fi organizată la sediul Facultății de Economie și de Administrare a Afacerilor.
- (2) Vor fi acordate premii echipelor clasate pe primele 3 locuri.
- (3) Diplome de participare vor fi acordate tuturor elevilor și profesorilor coordonatori implicați în competiție.

## CAPITOLUL VI

### DISPOZIȚII FINALE

#### Articolul 13.

(1) Prezentul regulament a fost aprobat în ședința de Consiliu a Facultății de Economie și de Administrare a Afacerilor din data de **04.04.2024**

(2) Prezentul regulament este obligatoriu atât pentru *Comisia de evaluare* a facultății, cât și pentru participanții înscriși și se aduce la cunoștința acestora prin afișare pe site-ul Facultății de Economie și de Administrare a Afacerilor.

## Anexa 1 -Structura planului de afaceri

Textul planului de afaceri va fi formatat cu **Times New Roman, 12**.

Fiecare *plan de afaceri* va prezenta în mod obligatoriu următoarea structură:

1) Prezentarea generală a afacerii – aprox. 1 pagină

- definirea nevoii vizate

- publicul țintă

- produsul vândut / serviciul oferit

2) Ciclul de exploatare – aprox. 1 pagină

În această secțiune, ciclul de exploatare avut în vedere va fi prezentat la un nivel de detaliere suficient pentru evidențierea clară a fiecărei operațiuni care va fi parcursă. Fiecare operațiune din cadrul ciclului de exploatare va fi descrisă, fiind scos în evidență necesarul de resurse de orice tip (spații, utilaje, mobilier, calculatoare, software, personal, materii prime, utilități, servicii, etc.).

3) Bugetul investițional și surse de finanțare – aprox. 1 pagină

Bugetul va putea conține aplicații informatice, calculatoare, clădiri, mobilier, autovehicule, alte active imobilizate sau obiecte de inventar care se impun a fi achiziționate înainte de demararea activității de exploatare. Nevoia întreprinderii pentru aceste resurse rezultă din descrierea ciclului de exploatare proiectat. Se recomandă ca prețul fiecărei resurse să fie cât mai realist. În acest sens, membrii echipei pot găsi informații pe site-uri ale unor potențiali furnizori sau pot obține oferte (care nu se anexează la planul de afaceri, dar pot fi prezentate în fața comisiei).

Prețurile se exprimă în lei, cu TVA. Având în vedere că prețurile sunt estimate, se recomandă rotunjirea acestora. Între momentul elaborării planului de afaceri și momentul unei eventuale implementări a acestuia pot trece luni sau chiar ani. Pot fi identificați alți furnizori, iar prețurile se negociază cu furnizorii în momentul achiziției (astfel, acestea pot fi diferite de cele ofertate în momentul elaborării planului de afaceri).

4) Identificarea și analiza pieței – aprox. 2 pagini

- Se va stabili cu claritate piața căreia întreprinderea i se adresează. Piața va fi definită atât din punct de vedere geografic, cât și în baza altor caracteristici relevante ale potențialilor cumpărători.

- Se colectează informații cu privire la piața vizată pe bază de chestionar, interviu, focus grup, preluare din baze de date ale unor instituții, etc. Modalitatea de colectare se descrie în această secțiune. Se prezintă rezultatele analizei datelor.

- Analiza va releva informații privind: numărul de cumpărători potențiali, frecvența cumpărării, cantitățile cumpărate, puterea de cumpărare, așteptări ale cumpărătorilor cu privire la caracteristicile produselor sau serviciilor și preț, modalitatea de informare utilizată de cumpărători în vederea luării deciziei de cumpărare, locațiile preferate pentru efectuarea achiziției.

- Sunt identificați și prezentați principalii concurenți, dacă aceștia există. În special, se analizează strategiile de marketing ale concurenților.

## 5) Strategia de marketing – aprox. 2 pagini

### 5.1) *Politica de produs*

- Sunt configurate caracteristicile produselor / serviciilor, fiind scoasă în evidență modalitatea în care se ține cont de așteptările cumpărătorilor și de politicile de produs ale concurenților (așa cum acestea rezultă din analiza pieței).

### 5.2) *Politica de preț*

- Sunt stabilite prețurile de vânzare, prin raportarea concomitentă la: costurile de producție / prestare, prețurile concurenților, elasticitatea cererii în raport cu prețul. Prețurile sunt preluate în secțiunea 6, în estimarea veniturilor din vânzări.

### 5.3) *Politica de promovare*

- Se configurează politica de promovare și se stabilește bugetul anual de promovare (care va fi preluat în estimarea cheltuielilor curente, în secțiunea 6).

### 5.4) *Politica de distribuție*

Se configurează politica de distribuție a produselor, în fundamentarea acesteia ținându-se cont de locațiile și metodele de achiziție preferate de cumpărători, politicile de distribuție practicate de concurență, costurile de distribuție asociate diverselor soluții, posibilitățile de menținere a contactului cu piața, etc.

## 6) Planificarea financiară – aprox. 3 pagini

Planificarea financiară vizează primii 3 ani de exploatare. Perioada de estimare începe astfel din momentul finalizării implementării investiției. Datele din planificare vor fi anuale (fără defalcare lunară). Estimările se realizează în lei, în prețuri actuale, fără a se ține cont de o eventuală creștere a acestora în baza fenomenului inflaționist.

#### 6.1) Estimarea veniturilor

Se recomandă ca fiecare categorie de venit să fie estimată separat, în format tabelar. În cadrul tabelului de estimare al fiecărei categorii de venit vor fi incluși factorii determinanți ai valorii anuale a venitului. Asociat fiecărui tabel, echipa poate furniza explicații suplimentare cu privire la valorile estimate ale factorilor determinanți și la relațiile de cauzalitate existente.

#### 6.2) Estimarea cheltuielilor

- Ca și în cazul veniturilor, se recomandă ca fiecare categorie de cheltuieli să fie estimată separat, în format tabelar.

#### 6.3) Bugetul de venituri și cheltuieli

- Veniturile și cheltuielile curente estimate vor fi centralizate sub forma unui buget de venituri și cheltuieli.

#### 6.4) Pragul de rentabilitate

- Se calculează pragul de rentabilitate. Se compară valoarea pragului de rentabilitate cu capacitatea de producție / prestare și cu cererea din partea pieței.