FIŞA DISCIPLINEI
Dreptul afacerilor, *2019-2020*

1. Date despre program

1.1	Instituţia de învăţământ superior	Universitatea din Piteşti
1.2	Facultatea	Facultatea de Ştiinţe Economice şi Drept
1.3	Departamentul	Management si Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Licenţă
1.6	Programul de studiu / calificarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor/Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					**Dreptul afacerilor**					
2.2	Titularul activităţilor de curs					Lect. univ. dr. Lavinia OLAH					
2.3	Titularul activităţilor de seminar					Lect. univ. dr. Adriana PÎRVU					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe saptămână	2	**3.2**	din care curs	1	**3.3**	**S** / L / P	1
3.4	Total ore din planul de înv.	28	**3.5**	din care curs	14	**3.6**	**S** / L / P	14
Distribuţia fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								20
Tutorat								5
Examinări								5
Alte activităţi (comunicarea bidirecţională cu titularul de disciplină)								2

3.7	Total ore studiu individual	72
3.8	**Total ore pe semestru**	**100**
3.9	**Număr de credite**	**4**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	-
4.2	De competenţe	Capacitate de analiză, gândire sintetică, gândire creativă

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1	De desfăşurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu video-proiector
5.2	De desfăşurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Prezentarea proiectului

6. Competenţe specifice vizate

Competenţe profesionale	C.1. Realizarea prestaţiilor în comerţ, turism şi servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 1 PC C.3. Gestionarea relaţiilor cu clienţii şi furnizorii – 1 PC C.6. Asistenţă în managementul resurselor umane – 1 PC
Competenţe transversale transversale	

7. **Obiectivele** disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Însuşirea de către studenţi a principalelor fundamente teoretice ale dreptului afacerilor.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Definirea corectă a obiectului de studiu al dreptului afacerilor; 2. Cunoaşterea şi înţelegerea noţiunilor generale de drept; 3. Cunoaşterea, înţelegerea şi interpretarea noţiunilor de drept civil cu relevanţă în dreptul afacerilor; 4. Cunoaşterea, înţelegerea şi interpretarea noţiunilor relevante din dreptul afacerilor; 5. Operarea cu conceptele de comerciant şi profesionist; 6. Explicitarea şi interpretarea conceptului de întreprindere şi însuşire principalelor

	caracteristici ale categoriilor de profesionişti. B. Obiective procedurale 1. Capacitatea de a realiza, analiza şi interpretarea diverse acte juridice specifice activităţii economice; 2. Capacitatea de identificare şi realizare a diferitelor categorii de profesionişti; 3. Capacitatea de organizare şi conducere de procese, gospodărire de mijloace şi activităţi pentru afaceri de calitate şi eficienţă ridicată din punct de vedere juridic; C. Obiective atitudinale 1. Capacitatea de a lucra în echipă; 2. Cultivarea unor atitudini constructive în contexte organizaţionale variate.

8. Conţinuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	INTRODUCERE ÎN STUDIUL DREPTULUI 1.1. Noţiuni generale 1.2. Definiţia dreptului 1.3. Diviziunea dreptului 1.4. Izvoarele dreptului afacerilor	2	Prelegere Dezbateri/ Jocuri de rol Utilizare facilităţi platformă e-learning (chat, forum) E-mail Consultaţii	*Prezentarea în power –point* *Suport de curs* *Materiale elaborate cu studii de caz*
2	NOŢIUNI GENERALE DE DREPT CIVIL CU RELEVANŢĂ ÎN DREPTUL AFACERILOR 2.1. Raportul juridic 2.2. Subiectele raportului juridic 2.3. Obiectul raportului juridic 2.4. Conţinutul raportului juridic 2.5. Actul juridic civil	4		
3	NOŢIUNI ESENŢIALE ÎN MATERIE 3.1. Faptele de comerţ 3.2. Profesioniştii 3.3. Întreprinderea 3.4. Obligaţii profesionale ale comercianţilor 3.5. Fondul de comerţ	4		
4	CATEGORII DE PROFESIONIŞTI 4.1. Persoana fizică autorizată să desfăşoare activităţi economice 4.2. Societăţile comerciale 4.3. Organizaţiile cooperatiste 4.4. Liber profesioniştii	4		

Bibliografie

1. Andreea Tabacu, Andreea Drăghici, Dreptul afacerilor. Curs pentru studenţii facultăţilor de ştiinţe economice, Editura Sitech, Craiova, 2013
2. Ciprian Păun, Dreptul afacerilor. Teoria. Profesionistii. Impozitarea, Editura Universul Juridic, Bucureşti, 2015

8.2. Aplicaţii: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei şi a competenţelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat şi distribuirea temelor.	2	- dialogul - dezbatere - lucru în echipa	*Prezentarea în power –point* *Articole disponibile online* *Studii de caz* *Ghid proiect*
2	Diseminarea noţiunilor generale de drept	4		
3	Diseminarea noţiunilor de drept civil cu relevanţă în dreptul afacerilor	4		
4	Diseminarea noţiunilor esenţiale în materie	4		

Bibliografie

1. Andreea Tabacu, Andreea Drăghici, Dreptul afacerilor. Curs pentru studenţii facultăţilor de ştiinţe economice, Editura Sitech, Craiova, 2013
2. Ciprian Păun, Dreptul afacerilor. Teoria. Profesionistii. Impozitarea, Editura Universul Juridic, Bucureşti, 2015

9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori din domeniul aferent programului

- Competenţele procedurale şi atitudinale ce vor fi achiziţionate la nivelul disciplinei – vor satisface aşteptările angajatorilor din domeniul economic.
- Întâlniri periodice cu angajatorii în scopul corelării conţinutului disciplinei şi metodelor de predare cu aşteptările acestora

Notă: Universitate din Piteşti evaluează periodic gradul de satisfacţie al reprezentanţilor angajatorilor faţă de competenţele profesionale şi transversale dobândite de către absolvenţi.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea şi exhaustivitatea cunoştinţelor; - coerenţa logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare finală.	50 %
10.5 Seminar	- participarea activă la seminar, implicarea în rezolvarea studiilor de caz; - corectitudinea utilizării terminologiei juridice; - coerenţa logică a prezentării; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog. - Prezentarea libără a proiectului; - Chestionare orală sub formă de dialog.	10% 40%
10.6 Standard minim de performanţă	1. Comunicarea unor informaţii utilizând corect limbajul ştiinţific referitor la domeniul științelor juridice; 2. Cunoaşterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Dreptul afacerilor".		

Data completării
19 septembrie 2019

Titular de curs,
Lect. univ. dr. Lavinia OLAH

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Adriana PÎRVU

Data aprobării în Consiliul departamentului,

27 septembrie 2019

Director de departament,
(prestator)
Lect. univ. dr. Daniela IANCU

Director de departament,
(beneficiar),
Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

FIŞA DISCIPLINEI
Marketing, *2019-2020*

1. Date despre program

1.1	Instituţia de învăţământ superior	Universitatea din Piteşti
1.2	Facultatea	Facultatea de Ştiinţe Economice şi Drept
1.3	Departamentul	Management si Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Licenţă
1.6	Programul de studiu / calificarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor/Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					**Marketing**					
2.2	Titularul activităţilor de curs					Conf. univ. dr. Duțu Amalia					
2.3	Titularul activităţilor de seminar					Lect. univ. dr. Oancea Olimpia					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe saptămână	3	**3.2**	din care curs	2	**3.3**	**S** / L / P	1
3.4	Total ore din planul de înv.	42	**3.5**	din care curs	28	**3.6**	**S** / L / P	14
Distribuţia fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe								25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren								25
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								15
Tutorat								5
Examinări								10
Alte activităţi (comunicarea bidirecţională cu titularul de disciplină)								3

3.7	Total ore studiu individual	83
3.8	**Total ore pe semestru**	**125**
3.9	**Număr de credite**	**5**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	-
4.2	De competenţe	Capacitate de analiză, gândire sintetică, gândire creativă

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1	De desfăşurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu video-proiector
5.2	De desfăşurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Prezentarea proiectului

6. Competenţe specifice vizate

Competenţe profesionale	C.1. Realizarea prestaţiilor în comerţ, turism şi servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 2 PC C.3. Gestionarea relaţiilor cu clienţii şi furnizorii – 2 PC
Competenţe transversale transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Dobândirea cunostințelor fundamentale privind conceptele, metodele, tehnicile și instrumentele utilizate în marketing.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive Înţelegerea identităţii conceptuale a marketingului; Dobândirea de cunoştinţe privind conceptele de bază ale marketingului; Dobândirea de cunoştinte privind metodele, tehnicile şi instrumentele de marketing; Dobândirea de cunoştinţe privind proiectarea şi realizarea cercetărilor de marketing, selectarea si utilizarea metodelor de cercetare, selectarea şi utilizarea instrumentelor de

	măsurare, întocmirea raportului final de cercetare; Dobândirea de cunoştinţe privind metodele, tehnicile şi strategiile de segmentare-ţintire poziţionare; Dobândirea de cunoştinte privind elaborarea mix-ului de marketing; Dobândirea de cunoştinte privind organizarea activității de marketing. <u>B. Obiective procedurale</u> Aplicarea conceptelor și teoriilor de marketing; Măsurarea și scalarea fenomenelor de marketing; Proiectarea și desfășurarea cercetărilor de marketing; Analiza informațiilor de marketing; Elaborarea rapoartelor finale de cercetare; Elaborarea campaniilor de promovare. <u>C. Obiective atitudinale</u> Respectarea normelor de deontologie ale profesiilor aferente domeniului marketing; Comunicare și colaborare în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor sarcini de serviciu.

8. Conţinuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	Ce este marketingul? (Principalele aspecte ale marketingului; Apariţia şi dezvoltatea marketingului; Definirea marketingului; Evoluţia marketingului; Funcţiile marketigului).	2	Prelegere Studii de caz Dezbateri/ Jocuri de rol Utilizare facilităţi platformă e-learning (chat, forum) E-mail Consultaţii	*Prezentarea în power –point* *Suport de curs* *Materiale elaborate cu studii de caz* *Articole publicate la nivel internațional ca suport de analiză și dezbatere* *Acces internet*
2	Marketingul ca filozofie de afaceri (Conceptul modern de marketing; Orientari strategice alternative – orientarea către producţie, orientarea către vânzare, orientarea către piaţă; De la conceptul de marketing la cel de orientare către piaţă; Dezvoltarea spiritului de marketing în cadrul organizaţiei; Etapele implementării orientării către piaţă în cadrul organizaţiei).	2		
3	Mediul de marketing (Definirea conceptului de mediu de marketing; Mediul extern al organizaţiei - micromediul, macromediul; Analiza mediului extern; Mediul intern al organizaţiei; Analiza mediului intern, Profilul SWOT al organizației).	3		
4	Piaţa (Definirea conceptelor de piaţă şi industrie; Definirea conceptelor de piaţă a organizaţiei şi piaţă-ţinta; Dimensiunile pieţei şi relaţiile din cadrul acesteia; Procesul STP, Strategii de marketing).	3		
5	Cercetări de marketing (Definire si domenii de aplicare, Masurarea si scalarea, Metode de cercetare, Analiza informatiilor de marketing).	3		
6	Mix-ul de marketing (Conceptul de mix de marketing; Elementele componente ale mix-ului de marketing; Factorii determinanţi ai mix-ului de marketing, Politicile mix-ului de marketing).	3		
7	Politica de preţ (Obiectivele politicii de preţ; Efectele structurii pieţei asupra preţului; Metode de stabilire a preţurilor; Strategii de preţ).	3		
8	Politica de distribuţie (Definirea conceptului de canal de marketing / canal de distributie; Rolul intermediarilor în cadul canalului de distribuţie; Dimensiunile canalelor de distribuţie. Conflict şi cooperare în cadrul canalelor de distribuţie; Distribuţia fizica – definire, componente, managementul distribuţiei fizice).	3		
9	Politica de promovare (Obiectivele politicii de promovare; Tipologia tehnicilor de promovare; Mix-ul promoţional; Strategii de promovare).	3		
10	Managementul activităţii de marketing (Organizarea activităţii de marketing; Integrarea funcţiei de marketing cu alte funcţii din cadrul organizaţiei; Cooperare şi conflict între marketing şi alte funcţii din cadrul organizaţiei).	3		

Bibliografie

1. Bondrea Aurelian A, *Introducere în marketing,* Editura România de Mâine, Bucureşti, 2011
2. Duțu Amalia – *Marketing – suport de curs în IFR (în format electronic),* 2016.
3. Duțu Amalia, Understanding Consumers' Behaviour Change in Uncertainty Conditions: A Psychological Perspective, in Handbook of Research on Retailer-Consumer Relationship Development, editori: Fabio Musso and Elena Druică, DOI: 10.4018/978-1-4666-6074-8, IGI Global, SUA, 2014

4. Mihai Diaconescu, *Marketing,* Editura Universitara, 2014
5. Meghişan Gheorghe, Diaconu Mihaela, Nistorescu Tudor, Crăciun Liviu, *Marketing- manual universitar pentru IFR,* Editura Universitaria, Craiova, 2009
6. Pandelică Amalia – *Implementarea orientării către piaţă. Ghid de proiect*, suport electronic, 2010.
7. Pandelică Amalia – *Marketing – teorie şi practică. Curs pe suport electronic,* 2010.
8. Pandelică Amalia – *Proiectarea unei cercetări selective de piaţă. Ghid de proiect*, suport electronic, 2009.

8.2. Aplicaţii: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	Furnizarea informaţiilor privind criteriile de evaluare / Furnizarea informaţiilor privind bazele metodologice de realizare a proiectelor.	2	- dialogul - dezbatere - lucru în echipa	*Prezentarea în power –point* *Articole disponibile online* *Studii de caz* *Ghid proiect*
2	Marketingul ca filozofie de afaceri: studiu de caz, temă de lucru pentru echipe în cadrul seminarului.	2		
3	Mediul de marketing: studiu de caz, joc de rol.	2		
4	Segmentarea-Ţintirea-Poziţionarea: studiu de caz.	2		
5	Cercetări de marketing: utilizarea metodelor de cercetare, experimentul de marketing.	2		
6	Cercetări de marketing: Prezentare proiecte	4		

Bibliografie

1. Bondrea Aurelian A, *Introducere în marketing,* Editura România de Mâine, Bucureşti, 2011
2. Duțu Amalia – *Marketing – suport de curs în IFR (în format electronic),* 2016.
3. Duțu Amalia, Understanding Consumers' Behaviour Change in Uncertainty Conditions: A Psychological Perspective, in Handbook of Research on Retailer-Consumer Relationship Development, editori: Fabio Musso and Elena Druică, DOI: 10.4018/978-1-4666-6074-8, IGI Global, SUA, 2014
4. Mihai Diaconescu, *Marketing,* Editura Universitara, 2014
5. Meghişan Gheorghe, Diaconu Mihaela, Nistorescu Tudor, Crăciun Liviu, *Marketing- manual universitar pentru IFR,* Editura Universitaria, Craiova, 2009
6. Pandelică Amalia – *Implementarea orientării către piaţă. Ghid de proiect*, suport electronic, 2010.
7. Pandelică Amalia – *Marketing – teorie şi practică. Curs pe suport electronic,* 2010.
8. Pandelică Amalia – *Proiectarea unei cercetări selective de piaţă. Ghid de proiect*, suport electronic, 2009
9. Pandelică Amalia, Pandelică Ionuț, Oancea Olimpia, *Market orientation: Identifying gaps between theory and practice, 27th Industrial Marketing and Purchasing Conference* - The Impact of Globalisation on Networks and Relationship 2.Dynamics, Strathclyde University, Glasgow, Scotland, 2011

9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori din domeniul aferent programului

- Competenţele procedurale şi atitudinale ce vor fi achiziţionate la nivelul disciplinei – vor satisface aşteptările angajatorilor din domeniul marketingului și managementului.
- Întâlniri periodice cu angajatorii în scopul corelării conţinutului disciplinei şi metodelor de predare cu aşteptările acestora

Notă: Universitate din Piteşti evaluează periodic gradul de satisfacţie al reprezentanţilor angajatorilor faţă de competenţele profesionale şi transversale dobândite de către absolvenţi.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea şi exhaustivitatea cunoştinţelor; - coerenţa logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare finală.	50 %
10.5 Seminar	-participarea activă la seminar, implicarea în rezolvarea studiilor de caz; - corectitudinea utilizării metodelor de cercetare; - corectitudinea analizei statistice si interpretarea rezultatelor; - coerenţa logică a rezultatelor; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog. - Prezentarea libără a proiectului; - Chestionare orală sub formă de dialog.	10% 40%
10.6 Standard minim de performanţă	1. Comunicarea unor informaţii utilizând corect limbajul ştiinţific referitor la domeniul marketing; 2. Cunoaşterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Marketing"; 3. Proiectul conține tabele de frecvențe și graficele asociate.		

Data completării Titular de curs, Titular de seminar,

22 septembrie 2019	Conf. univ. dr. Duțu Amalia	Lect. univ. dr. Oancea Olimpia
Data aprobării în Consiliul departamentului,	Director de departament, (prestator)	Director de departament, (beneficiar),
27 septembrie 2019	Conf. univ. dr. Daniela MIHAI	Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

FIŞA DISCIPLINEI

Econometrie, *2019-2020*

1. Date despre program

1.1	Instituţia de învăţământ superior	Universitatea din Piteşti
1.2	Facultatea	Facultatea de Ştiinţe Economice şi Drept
1.3	Departamentul	Management şi Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Licenţă
1.6	Programul de studiu / calificarea	Economia Comerţului, Turismului şi Serviciilor / Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					**Econometrie**					
2.2	Titularul activităţilor de curs					Lect. univ. dr. Dicu Consuela					
2.3	Titularul activităţilor de laborator					Lect. univ. dr. Dicu Consuela					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe saptămână	3	**3.2**	din care curs	1	**3.3**	S / **L** / P	2
3.4	Total ore din planul de înv.	42	**3.5**	din care curs	14	**3.6**	S / **L** / P	28
Distribuţia fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren								20
Pregătire laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activităţi (comunicarea bidirecţională cu titularul de disciplină)								3

3.7	Total ore studiu individual	83
3.8	**Total ore pe semestru**	**125**
3.9	**Număr de credite**	**5**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea noţiunilor economice de Microeconomie, Macroeconomie, Matematică aplicată în economie, Statistică economică
4.2	De competenţe	• Capacitatea de înţelegere şi utilizare a limbajului domeniului de studiu şi fundamental: concepte, principii metode, modele şi teorii • Capacitatea de analiză, sinteză şi interpretare a informaţiei • Capacitatea de gândire inductivă şi deductivă, pragmatică şi aplicativă, gândirea asociativă şi inferenţială

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1	De desfăşurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector - Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart şi cretă / marker
5.2	De desfăşurare a laboratorului	Dotarea sălii de seminar cu calculator, tablă / flipchart şi cretă / marker; fiecare student foloseşte un calculator pentru rezolvarea studiilor de caz; participarea studentilor la susţinerea testului; respectarea termenului anunţat de cadrul didactic pentru predarea temei de casa; participarea studenţilor la seminarii.

6. Competenţe specifice vizate

Competenţe profesionale	C.1. Realizarea prestaţiilor în comerţ, turism şi servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 1 PC C.3. Gestionarea relaţiilor cu clienţii şi furnizorii – 1 PC C.4. Gestionarea şi alocarea resurselor materiale şi financiare – 1 PC C.6. Asistenţă în managementul resurselor umane – 1 PC
Competenţe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Formarea unei culturi şi a unei educaţii statistice modelatoare economice aplicate, care să permită viitorului absolvent de studii de licență să valorifice gândirea sa statistică, matematică şi econometrică, cu accent pe realitatea economică, cu ajutorul unor modele concrete generatoare de instrumente de prognoză şi simulare în fenomenele economice, valorificând atât indicatori simpli şi eficienţi în plan managerial economic, cât şi simulând şi proiectând activitatea unei entităţi/organizaţii, într-un domeniu concret, conducând în final la luarea unor decizii cu caracter economic şi financiar, juste şi optime în condiţii de risc şi incertitudine specifice economiei de piaţă comunitar europene.
7.2 Obiectivele specifice	**A. Obiective cognitive** 1. Cunoaşterea şi înţelegerea conceptelor econometrice fundamentale ce reunite constituie limbajul caracteristic al acestei ştiinţe şi utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională, alături de cunoaşterea principalelor metode şi modele ale teoriei axate pe paradigma variabilităţii, inferenţei, regresiei şi corelaţiei; 2. Operarea cu conceptele şi pătrunderea sensului principiilor fundamentale ale gândirii econometrice generale, dar şi a celei aplicate în economie; 3. Explicarea şi interpretarea corectă a rolului şi obiectului de studiu al modelării econometrice şi identificarea şi valorificarea metodelor specifice în relaţiile pe care econometria le are cu celelalte ştiinţe privită ca ansamblu de metode; 4. Definirea şi descrierea conceptelor statistice, matematice şi econometrice, a procedeelor de testare şi a metodelor de decizie folosite în elaborarea şi validarea modelelor economice care se circumscriu în economia proceselor decizionale şi economia entităţii/organizaţiei economice dar şi a mezo sau macroeconomiei; 5. Identificarea si descrierea avantajelor şi limitelor de simulare şi prognoză ale principalelor modele economice axate pe indicatori statistici economico-financiari reuniţi în sisteme ce descriu poziţia, performanţa, rentabilitatea şi gestiunea la nivelul entităţii/organizaţiei sau economiei **B. Obiective procedurale** 1. Aplicarea unor principii îmbunătăţite de construcţie a ipotezelor statistice, urmate de decizii de validare sau invalidare, precum şi de modelarea etapizată a fenomenelor economice cu ajutorul unor metodologii statistice unitare în rezolvarea de probleme/situaţii economice repetitive şi cu impact major managerial, bine definite de modelare concretă şi de corelare a unor evaluări practice cu teoria ciclicităţii economice, teoria echilibrului extern al unei entităţi economice şi al economiei în ansamblu, valorificând diferite sisteme de indicatori şi baze de date sau informaţii disoponibile (de exemplu: sistemul de indici ai raportului de schimb ai comercializării externe, sistemul de indicatori ai balanţei de plăţi externe şi ai poziţiei investiţionale internaţionale, al datoriei externe, al semnalului extern transmis prin indicatori ai riscului de ţară al ciclicităţii, şi nu în ultimul rând sistemul de indicatori pe termen scurt etc.); 2. Utilizarea adecvată şi corect etapizată de criterii şi metode standard de modelare şi validare, pentru a aprecia calitatea, meritele şi limitele unor modele econometrice, prin pachete de programe specializate în realizarea de statistică descriptivă, de grafice distinctive, de parametrizări şi testări de parametri în modele, valorificând indicatori diverşi de la cei ai dezvoltării durabile de pe site-ul INS (http://www.insse.ro/cms/ files/Web_IDD_BD_ro/index.htm) sau site-ul statistic EUROSTAT (http://epp.eurostat.ec.europa.eu/guip/introAction.do?profile); 3. Identificarea unor situaţii concrete de aplicare a modelelor economice elaborate pornind de la indicatori statistici economici ai SCN (Sistemul Contabilităţii Naţionale) şi macro agregatele sale specifice, la sistemele de indicatori statistici economici de cuantificare a impactului protecţiei mediului înconjurător, respectiv de la un sistem minimal de indicatori statistici economici de tip semnal al crizei, la sisteme de indicatori statistici ai investiţiilor străine directe sau indicatori bugetari etc; 4. Elaborarea unor teme de casă în mod profesional (modelări de fenomene concrete din economia naţională pornind de la sisteme de indicatori pe termen lung, mediu sau scurt utile entităţilor economice din diverse activităţi economice valorificând rapoarte statistice de analiză specializată cu utilizarea unor noţiuni şi principii metodologice statistice, dar şi cu valorificarea unor soluţii matematice aplicative şi a unor concepte econometrice de la testare la parametrizare, confruntând dinamica realităţii şi precaritatea modelelor, în raport cu evoluţia medie din ciclul specific al activităţii desfăşurate în economia europeană; 5. Utilizarea eficientă a abilităţilor de a modela cu ajutorul unor pachete de programe (Eviews in variante demo) valorificând statistici ale fenomenelor economice la nivelul entităţilor economice şi instituţionale şi de dezvolta similar cu sistemul informaţional macroeconomic, un sistem de modele decizionale rapide în economie, util şi la nivelul managerului şi antreprenorului; dezvoltarea unor aptitudini de a identifica, construi, testa şi valida sau invalida prompt modele economice valorificând concret anchete şi chestionare statistice solicitate de către INS şi EUROSTAT; discernământ statistic şi econometric în construcţia modelelor la nivelul entităţilor economice şi instituţionale care să simplifice decizia managerială şi antreprenorială şi să permită realizarea de simulări şi proiecţii cu erori relativ mici în ceea ce priveşte viitorului afacerilor în plan naţional şi comunitar. **C. Obiective atitudinale** 1. Respectarea normelor de deontologie statistică, matematică şi econometrică, dar simultan şi

	a eticii economice şi financiare (a codului deontologic al statisticianului simultan cu cel al matematicianului şi econometricianului), fundamentate pe principiile autonomiei informaţionale, confidenţialităţii, transparenţei, relevanţei, proporţionalităţii şi raportului cost – eficienţă, pe adevărul şi demonstraţia matematică, pe testarea şi modelarea econometrică, în demersul specific specialistului în econometrie financiară sau în modelare aplicată în economie; 2. Familiarizarea cu rolurile specifice din reţeaua unei echipe şi cooperarea în activităţile specifice sau munca în echipă pentru rezolvarea diferitelor teme de casă şi referate; 3. Utilizarea unor metode specifice de elaborare a unui plan de dezvoltare personală şi profesională, alături de conştientizarea nevoii de formare continuă care să includă agregativ educaţia statistică, matematică, econometrică, economică.

8. Conţinuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	Modelarea economică a fenomenelor şi proceselor economice 1.1. Modelarea economică: definire şi semnificaţii contemporane 1.2. Scurt istoric al apariţiei şi dezvoltării modelării economice sau econometriei ca ştiinţă 1.3. Obiect de studiu, obiective şi pachete de programe în modelarea economică	1	▪ prelegerea ▪ conversaţia euristică ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic ▪ exerciţiul	*calculatorul (prezentarea în power –point)* Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exerciţiului
2	Modelul şi modelarea economică 2.1. Modelul şi modelarea economică 2.2. Tipologia şi dinamica modelelor. 2.3. Covarianţă. Coeficient de corelaţie. Coeficient de determinaţie	1		
3	Testarea ipotezelor statistice 3.1. Noţiuni generale privind testarea ipotezelor statistice 3.2. Verificarea ipotezelor statistice 3.3. Câteva exemple de ipoteze statistice testate	2		
4	Identificare, specificare, parametrizare şi testare în modelul econometric al regresiei unifactoriale 4.1. Gândirea statistică modernă şi modelul econometric de regresie unifactorială 4.2. Specificarea şi identificarea modelului econometric de regresie unifactorială 4.3. Estimări ale parametrilor în regresia unifactorială 4.4. Ipoteze, teste şi validări ale modelului econometric de regresie unifactorială 4.5. Exemple de modele de regresie unifactorială	4		
5	Identificare, specificare, parametrizare şi testare în modelul econometric al regresiei multifactoriale 5.1.Gândirea statistică şi definirea succesivă a modelului de regresie multifactorială 5.2. Specificarea şi identificarea modelului econometric de regresie multifactorială 5.3. Estimări ale parametrilor în modelul econometric de regresie multifactorială 5.4. Ipoteze, teste şi validări ale modelului econometric de regresie multifactorială 5.5. Exemple de modele de regresie multifactorială	3		
6	Modelarea econometrică a seriilor de timp 6.1. Modelarea econometrică a seriilor de timp 6.2. Exemple	2		
7	Modele econometrice de analiză micro și macroeconomice 7.1. Modele econometrice de analiză microeconomice 7.2. Modele econometrice de analiză macroeconomice	1		

Bibliografie

1. Săvoiu G.– *Econometrie*, Editura Universitară, Bucureşti, 2011
2. Necşulescu C. – *Econometrie- suport de curs pentru IFR* (suport electronic), 2017
3. Necşulescu C. – *Econometrie*, Editura UPIT, 2011
4. Săvoiu G., Necşulescu C. – *Econometrie*, Editura Universitară, Bucureşti, 2010
5. Andrei Tudorel, Regis Bourbonnais – *Econometrie*, Ed. Economica, Bucureşti, 2008.
6. Vergil Voieagu, Emilia Ţiţan, Radu Şerban, Simona Ghiţă, Daniela Todose, Cristina Boboc, Daniel Pele – *Teoria şi practica econometrică*, Ed. Economică, Bucureşti, 2007.

8.2. Aplicaţii: Laborator		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competenţelor vizate, distribuirea temelor de casă și a referatelor Gândirea specifică a modelării statistico–matematice a	1		În cadrul primei întâlniri se stabilesc obligațiile de

	fenomenelor economice.		- dialog - exerciţiu - studiu de caz - testare	seminar ale studenților și se precizează criteriile utilizate în evaluarea rezultatelor învățării. La rezolvarea studiilor de caz se vor utiliza calculatoare. În timpul semestrului se vor susține 4 teste de verificare.
2	Modelul şi modelarea econometrică, specificitate şi tipologie, evoluţia şi perisabilitatea modelului econometric	1		
3	Variabile, metode, concepte şi teorii necesare modelării econometrice (aplicaţii: principalii indicatori din statistica descriptivă pornind de la o serie de date)	2		
4	Asociere, regresie şi corelaţie statistico-matematică şi matrici de corelaţie – soluţii de selectare a factorilor explicativi semnificaţi (aplicaţii cu matrici de corelaţie) –Testare*	4		
5	Testarea statistică a ipotezelor şi decizia în modelarea econometrică (testul Jarque – Bera, test t, F etc.) Testare*	4		
6	Modelul regresiei *clasice* unifactoriale în universul economic (*specificarea în modelul regresiei unifactoriale: ipoteze fundamentale, estimatori şi proprietăţi ale acestora, estimator nedeplasat şi distribuţia de probabilitate a estimatorilor), parametrizare şi validare - ipoteze şi teste* (aplicaţii şi studii de caz) – Testare*	6		
7	De la modelul regresiei unifactoriale prin iteraţie către cel multifactorial. Aspecte specifice în modelul multifactorial (aplicaţii şi studii decaz) – Testare*	6		
8	Studiul modelului când ipotezele clasice asupra erorilor nu sunt realizate. Autocorelarea, heterodasticitatea şi multicoliniaritatea. (aplicaţii şi studii de caz)	2		
9	Modele neliniare (liniarizare, estimarea parametrilor, critici ale metodei, proprietăţile estimatorilor obtinuţi, teste relative la estimatori, previziunea în modelele neliniare)	2		

Bibliografie

1. Săvoiu G.– *Econometrie*, Editura Universitară, Bucureşti, 2011
2. Necşulescu C. – *Econometrie*- suport de curs pentru IFR (suport electronic), 2017
3. Necşulescu C. – *Econometrie*, Editura UPIT, 2011
4. Săvoiu G., Necşulescu C. – *Econometrie*, Editura Universitară, Bucureşti, 2010
5. Andrei Tudorel, Regis Bourbonnais – *Econometrie*, Ed. Economica, Bucureşti, 2008.
6. Vergil Voieagu, Emilia Ţiţan, Radu Şerban, Simona Ghiţă, Daniela Todose, Cristina Boboc, Daniel Pele – *Teoria şi practica econometrică*, Ed. Economică, Bucureşti, 2007.

9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori din domeniul aferent programului

Corectitudinea, rapiditatea, precizia şi acuratețea însuşirii limbajului statistic, metodelor de testare şi modelelor econometrice şi gândire modelatoare aplicată în realitatea economică, însuşite la nivelul disciplinei *Econometrie* vor satisface aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice / academice din domeniul economic, prin pregătirea unor potenţiali manageri;
Competenţele procedurale şi atitudinale ce vor fi deprinse la nivelul activităţii practice din seminar şi din studiul tematicii de casă prin valorificarea pachetelor de programe specializate de tip Eviews (variante demo), Excel şi a site-urilor cu programe şi baze de metadate la nivelul disciplinei *Econometrie* vor satisface aşteptările reprezentanţilor asociaţiilor profesionale şi angajatorilor din domeniul economic.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea şi exhaustivitatea cunoştinţelor; - coerenţa logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate;	Probă scrisă: - 2 subiecte teoretice abordabile în manieră explicativ - argumentativă - 2 subiecte aplicative de calcul, analiză şi interpretare economică a rezultatelor	**50 %** din care: 20% 30%
10.5 Seminar/ Laborator	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii. • Tema de casă - se vor rezolva două studii de caz cu estimari si parametri reali incluzând controlul si interpretarea	Soluții oferite la studii de caz și aplicații și expunerea liberă a studentului sau scurta referire la o tema econometrică (concepută sintetic, cu minim 5 surse bibliografice şi date de pe cel puţin un site specializat statistic: INS; BNR; EUROSTAT; etc) Evaluarea medie a unui agregat de maxim 4 teste - Participarea individuală sau în echipă la realizarea şi prezentarea temei de casă (două studii de caz) Evaluarea celor două studii de caz	**50%** din care: 10% 20% 20%

	rezultatelor.		

10.6 Standard minim de performanţă	Comunicarea în limbaj specific, însușit corect și capacitatea de a opera cu metode si tehnici de lucru caracteristice disciplinei studiate.

Data completării 22 septembrie 2019	Titular de curs, Lect. univ. dr. Dicu Consuela	Titular de seminar/laborator, Lect. univ. dr. Dicu Consuela
Data aprobării în Consiliul departamentului, 27 septembrie 2019	Director de departament, (prestator) Conf. univ. dr. Bondoc Daniela	Director de departament, (beneficiar), Conf. univ. dr. Mihai Daniela

FIŞA DISCIPLINEI
Tehnici comerciale, *anul universitar: 2019 - 2020*

1. Date despre program

1.1	Instituţia de învăţământ superior	Universitatea din Piteşti
1.2	Facultatea	Facultatea de Ştiinţe Economice şi Drept
1.3	Departamentul	Management şi Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Licenţă
1.6	Programul de studiu / calificarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor / Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					**Tehnici comerciale**					
2.2	Titularul activităţilor de curs					Lect. univ. dr. Loredana TUȚĂ					
2.3	Titularul activităţilor de seminar					Lect. univ. dr. Loredana TUȚĂ					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe saptămână	4	**3.2**	din care curs	2	**3.3**	S / L **/ P**	2
3.4	Total ore din planul de înv.	56	**3.5**	din care curs	28	**3.6**	S / L **/ P**	28
Distribuţia fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren								12
Pregătire seminarii/proiecte, teme, referate, portofolii, eseuri								25
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activităţi (comunicarea bidirecţională cu titularul de disciplină)								2

3.7	Total ore studiu individual	69
3.8	**Total ore pe semestru**	**125**
3.9	**Număr de credite**	**5**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Economie, Marketing și Economie comercială
4.2	De competenţe	Capacităţi de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1	De desfăşurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector - Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart şi cretă / marker
5.2	De desfăşurare a seminarului/ proiectului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenţilor la seminarii/ proiecte - Susţinerea testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

6. Competenţe specifice vizate

Competenţe profesionale	C.1. Realizarea prestaţiilor în comerţ, turism şi servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 2 PC C.3. Gestionarea relaţiilor cu clienţii şi furnizorii – 1 PC C.4. Gestionarea şi alocarea resurselor materiale şi financiare – 1 PC
Competenţe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cunoaşterea şi utilizarea adecvată a noţiunilor specifice disciplinei; dezvoltarea capacităţilor de cunoaştere, apreciere a diferitelor tehnici comerciale; utilizarea corectă a noţiunilor, categoriilor, conceptelor tehnicilor comerciale
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Cunoaşterea şi identificarea modalităţilor adecvate de apreciere a diferitelor tehnici comerciale; 2. Culegerea, analiza şi interpretarea de date şi de informaţii din punct de vedere cantitativ şi calitativ din contexte profesionale reale şi din literatura în domeniu, pentru formularea de argumente, decizii şi demersuri concrete;

	3. Definirea corectă a obiectului de studiu şi stabilirea relaţiilor pe care disciplina Tehnici comerciale le are cu alte ştiinţe. B. Obiective procedurale 1. Corelarea unor experienţe practice cu unele teorii şi modele ce privesc procesele şi fenomenele economice ce au loc la nivelul magazinului; 2. Identificarea unor situaţii concrete de aplicare a metodelor de dimensionare a raioanelor; 3. Folosirea teoriilor şi instrumentelor pentru soluţionarea problemelor ce vizează decontarea cumpărăturilor. C. Obiective atitudinale 1. Dezvoltarea competenţelor de comunicare (dialog, dezbatere, susţinere liberă); 2. Cooperarea în echipe de lucru pentru realizarea diferitelor lucrări sau proiecte; 3. Cultivarea şi promovarea unui mediu ştiinţific centrat pe valori, etică şi responsabilitate socială.

8. Conţinuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	CADRUL CONCEPTUAL AL TEHNICILOR COMERCIALE 1.1. Conceptul de tehnică comercială 1.2. Rolul tehnicilor comerciale în dezvoltarea comerţului	2	▪ prelegerea ▪ exemplificarea ▪ expunerea cu material suport ▪ explicația ▪ dezbaterea cu oponent imaginar	*calculatorul (prezentarea în power – point)* ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exerciţiului
2	ABORDĂRI TEHNOLOGICE ÎN COMERCIALIZAREA MĂRFURILOR 2.1. Aria de atracţie comercială 2.2. Localizarea punctului de vânzare 2.3. Asortimentul de mărfuri şi servicii 2.4. Categorii fundamentale de puncte de vânzare	6		
3	TEHNOLOGIA AMENAJĂRII MAGAZINULUI 3.1. Designul unui magazin 3.2. Amenajarea suprafeţei comerciale a magazinului 3.3. Implantarea raioanelor de vânzare 3.4. Fluxul de circulaţie în interiorul magazinului	8		
4	TEHNICI DE PREZENTARE A MĂRFURILOR ÎN MAGAZIN 4.1. Expunerea mărfurilor în interiorul magazinului 4.2. Etalarea mărfurilor în vitrine 4.2. Tehnici de publicitate la locul de vânzare	6		
5	TEHNOLOGIA AMENAJĂRII DEPOZITELOR 5.1. Amplasarea depozitelor de mărfuri 5.2. Dimensionarea depozitelor 5.3. Amenajarea interioară a depozitului	6		

Bibliografie

1. Cohuţ Pop Ioana (coord.), Catană Adina, *Tehnologie, organizare şi amenajare în comerţ*, Editura Universităţii din Oradea, 2010
2. Corodeanu Daniela, *Merchandising. Teorie, metode şi instrumente pentru eficientizarea punctului de vânzare*, Editura Tehnopress, 2008
3. Costandache Mihaela, Ionescu A., *Tehnici comerciale*, Editura Pro Universitaria, Bucureşti, 2012
4. Criveanu Ion, *Economia comerţului*, Editura Universitaria, Craiova, 2013
5. Douminique Mouton, Gauderique Paris, *Practica merchandisingului*. *Spaţiul de vânzări. Oferta de produse. Comunicarea la locul de vânzare*, Editura Polirom, Iaşi, 2009
6. Gyula-Laszlo Florian, *Creşterea competitivităţii firmelor prin raţionalizarea vânzărilor*, Editura ASE, Bucureşti, 2014
7. King George, *Secretele vânzării. Cum să vinzi în orice situaţie*, Editura Curtea Veche Publishing, Bucureşti, 2012
8. Meghişan Flaviu, *Economie comercială*, Editura Universitaria, Craiova, 2013
9. Teau Anca Mihaela, *Tehnologii comerciale. Teorie şi teste grilă*, Editura Pro Universitaria, Bucureşti, 2013
10. Vendeuvre Frederic, Beaupre Phillipe, *Cum să câştigi noi clienţi. Prospectarea comercială eficientă*, Editura Polirom, Iaşi, 2008

8.2. Aplicaţii: Seminar / Proiect		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1.	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, prezentarea structurii temei de casă și distribuirea temelor	2	Expunere Problematizare Exerciţii de reflecţie Dezbatere Explicaţie	Lucrul în echipă Prezentări proiecte Calcule economice Studii de caz Teste de verificare
2.	Metode de determinare a ariei de atracţie comercială	6		
3.	Punctul de vânzare. Mărimea şi structura asortimentului de mărfuri	4		
4.	Evaluare periodică	2		
5.	Metode de dimensionare a raioanelor. Indicatori de analiză privind fluxul clienţilor în spaţiul de vânzare	6		
6.	Evaluarea gradului de utilizare a spaţiului magazinului	2		
7.	Metode de etalare a mărfurilor în vitrine şi rafturi	4		
8.	Evaluare finală	2		

Bibliografie:

1. Corodeanu Daniela, *Merchandising. Teorie, metode şi instrumente pentru eficientizarea punctului de vânzare*, Editura

Tehnopress, 2008
2. Douminique Mouton, Gauderique Paris, *Practica merchandisingului. Spaţiul de vânzări. Oferta de produse. Comunicarea la locul de vânzare*, Editura Polirom, Iaşi, 2009
3. Gyula-Laszlo Florian, *Creşterea competitivităţii firmelor prin raţionalizarea vânzărilor*, Editura ASE, Bucureşti, 2014
4. King George, Secretele vânzării. *Cum să vinzi în orice situaţie*, Editura Curtea Veche Publishing, Bucureşti, 2012
5. Meghişan Flaviu, *Economie comercială*, Editura Universitaria, Craiova, 2013
6. Teau Anca Mihaela, *Tehnologii comerciale. Teorie şi teste grilă*, Editura Pro Universitaria, Bucureşti, 2013

9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- corectitudinea şi acurateţea folosirii conceptelor şi teoriilor însuşite la nivelul disciplinei vor satisface aşteptările reprezentanţilor comunităţii academice din domeniul comerțului, turismului și serviciilor.
- competenţele procedurale şi atitudinale ce vor fi achiziţionate la nivelul disciplinei vor satisface aşteptările reprezentanţilor asociaţiilor profesionale şi angajatorilor din domeniul comerțului, turismului și serviciilor.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea şi exhaustivitatea cunoştinţelor; - coerenţa logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluare finală	30%
10.5 Seminar / Proiect	- participarea activă la seminar / proiect, rezolvarea studiilor de caz;	Evaluarea răspunsurilor şi intervenţiilor studentului în activităţile de seminar / proiect	10%
	- evaluare periodică;	Evaluare scrisă în timpul semestrului.	30%
	- gradul de încadrare în cerinţele impuse în ceea ce priveşte realizarea temei de casă.	Evaluarea prezentării temei de casă.	30%
10.6 Standard minim de performanţă	Cunoaşterea conceptelor de bază specifice disciplinei și a particularităților utilizării principalelor tehnici comerciale.		

Data completării
19 septembrie 2019

Titular de curs,
Lect. univ. dr. Loredana TUȚĂ

Titular de seminar / proiect,
Lect. univ. dr. Loredana TUȚĂ

Data aprobării în Consiliul departamentului,
27 septembrie 2019

Director de departament,
(prestator)
Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

Director de departament,
(beneficiar),
Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

FIŞA DISCIPLINEI
Economia turismului, *anul universitar: 2019 - 2020*

1. Date despre program

1.1	Instituţia de învăţământ superior	Universitatea din Piteşti
1.2	Facultatea	Facultatea de Ştiinţe Economice şi Drept
1.3	Departamentul	Management şi Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Licenţă
1.6	Programul de studiu / calificarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor / Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					**Economia turismului**					
2.2	Titularul activităţilor de curs					Lect. univ. dr. Cristina MICU					
2.3	Titularul activităţilor de seminar					Lect. univ. dr. Cristina MICU					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe saptămână	4	**3.2**	din care curs	2	**3.3**	**S /** L / P	2
3.4	Total ore din planul de înv.	56	**3.5**	din care curs	28	**3.6**	**S /** L / P	28
Distribuţia fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren								12
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								25
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activităţi (comunicarea bidirecţională cu titularul de disciplină)								2

3.7	Total ore studiu individual	69
3.8	**Total ore pe semestru**	**125**
3.9	**Număr de credite**	**5**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Economie, Geografie economică și Economia întreprinderii
4.2	De competenţe	Capacităţi de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1	De desfăşurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector - Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart şi cretă / marker
5.2	De desfăşurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenţilor la seminarii - Susţinerea testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

6. Competenţe specifice vizate

Competenţe profesionale	C.1. Realizarea prestaţiilor în comerţ, turism şi servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 1 PC C.3. Gestionarea relaţiilor cu clienţii şi furnizorii – 1 PC C.4. Gestionarea şi alocarea resurselor materiale şi financiare – 1 PC C.6. Asistenţă în managementul resurselor umane – 1 PC
Competenţe transversale transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Iniţerea studentului în studierea fenomenului turistic la scară naţională şi mondială, însuşirea unui ansamblu de cunoştinţe teoretice şi practice, înţelegerea modului de organizare a activităţii turisice, precum şi a metodelor de calcul specifice circulaţiei turistice.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte specifice fenomenului turistic. 2. Cunoaşterea trăsăturilor caracteristice pieţei turistice şi serviciilor turistice. 3. Identificarea adecvată a conceptelor legate de planificarea, organizarea, coordonarea şi controlul activităţii turistice. 4. Explicarea şi interpretarea de date si informaţii din punct de vedere cantitativ şi calitativ,

	pentru formularea de argumente şi decizii concrete asociate turismului. B. Obiective procedurale 1. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice economiei turismului; 2. Culegerea şi prelucrarea de date din surse documentare alternative şi din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor care influenţează fenomenul turistic. 3. Formarea deprinderilor de utilizare a instrumentelor statistice în evaluarea circulaţiei turistice . 4. Aplicarea unor principii şi metode de bază pentru rezolvarea de probleme specifice asigurării calităţii serviciilor turistice. 5. Utilizarea metodelor, tehnicilor şi instrumentelor utilizate în cercetarea activităţii turistice dintr-o zonă sau ţară. C. Obiective atitudinale 1. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opţiuni valorice explicite, specifice specialistului în turism. 2. Valorificarea propriului potenţial prin realizarea cercetării de grup sau individuală în analiza şi previziunea fenomenului turistic;. 3. Manifestarea unei atitudini pozitive şi responsabile faţă de rolul şi importanţa turismului în activitatea economică şi socială.

8. Conţinuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	Coordonate istorice și conceptuale ale turismului 1.1. Turismul – activitate economico-socială 1.2. Factorii de influenţă ai dezvoltării turismului 1.3. Mecanisme de orientare a fluxurilor turistice	2	▪ prelegerea ▪ exemplifica-rea ▪ expunerea cu material suport ▪ explicația ▪ dezbaterea cu oponent imaginar	*calculatorul (prezentarea în power – point)* ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exerciţiului
2	Potenţialul turistic 2.1. Conţinutul şi structura potenţialului turistic 2.2. Potenţialul turistic al României	2		
3	Organizarea turismului din perspectiva dezvoltării durabile 3.1. Structuri organizatorice în turism 3.2. Forme de integrare a activităţii turistice 3.3. Organizarea turismului în România 3.4. Dezvoltarea durabilă în turism	2		
4	Circulaţia turistică 4.1. Forme de turism 4.2. Metodologia de măsurare a circulaţiei turistice	2		
5	Piaţa turistică 5.1. Particularităţile şi structura pieţei turistice 5.2. Cererea turistică 5.3. Oferta turistică 5.4. Baza materială a turismului	4		
6	Serviciile turistice 6.1. Particularităţile serviciilor turistice 6.2.Criteriile de clasificare a serviciilor turistice 6.3. Serviciile de agrement	2		
7	Resursele umane în turism 7.1. Caracteristicile muncii în turism 7.2. Indicatorii ocupării forţei de muncă în turism 7.3. Evoluţia şi structura forţei de muncă în turism	2		
8	Transporturile turistice 8.1. Transporturi turistice rutiere 8.2. Transporturi turistice feroviare 8.3. Transporturi turistice aeriene 8.4. Transporturi turistice maritime şi navale 8.5. Transporturi turistice durabile	4		
9	Eficienţa economică şi socială a turismului 9.1. Conţinutul eficienţei în turism 9.2. Sistemul de indicatori ai eficienţei economice în turism 9.3. Eficienţa socială în turism	4		
10	Evoluții și tendințe ale turismului european 10.1. Dinamica turimului european receptor şi emiţător 10.2. Evoluţia fluxurilor turistice către şi dinspre România	2		
11	Coordonate şi estimări ale turismului internaţional 11.1. Indicatorii circulaţiei turistice 11.2. Evoluţia turismului internaţional 11.3. Organizaţii internaţionale implicate în dezvoltarea turismului internaţional 11.4. Instrumente de măsurare a volumului turismului internaţional	2		

Bibliografie

1. Băltăreţu Andreea Mihaela, *Economia industriei turistice*, Editura Universitară, 2016.
2. Bădulescu, Alina, Bâc, Dorin; *Economia turismului*, Editura Universităţii din Oradea, 2007
3. Coros, Monica Maria, *Managementul cererii și ofertei turistice,* Editura C.H. Beck, 2015.
4. Dinu Mihaela, *Journal of Tourism Challenges & Trends,* Editura Universitară, București, 2016
5. Ielnicz, Mihai, Comănescu, Laura, *România – Potenţial turistic,* Editura Universitară, Bucureşti, 2009.
6. Jelev Viorica, *Turism internațional*, Editura România de Mâine, 2012.
7. Nistoreanu, Puiu, Ghereş, Mihaela (coordonatori), *Turism rural. Tratat.* Editura C.H. Beck, Bucureşti, 2010.
8. Micu Cristina*, Economia turismului - suport de curs pentru învăţământul frecvenţă redusă* (pe suport electronic), 2016
9. Micu Cristina, *Dezvoltarea turismului durabil. Modelarea factorilor de influență.,* Editura Uranus, București, 2013.
10. Pavel Stanciu, *Piața turistică. Relațiile ofertă-cerere și fundamentarea strategiilor de dezvoltare,* Editura Economică, 2016.
11. Rotariu, Ilie, *Dezvoltarea destinaţiei turistice*, Editura Alma Mater Sibiu, 2008.
12. Stănciulescu, Gabriela, Micu, Cristina, *Economie şi gestiune în turism. Probleme, proiecte şi studii de caz,* Editura C.H. Beck, Bucureşti, 2009.
13. Stănciulescu, Gabriela, Micu, Cristina, *Economia turismului - Manual universitar pentru Învăţământul Frecvenţă Redusă ,* Editura Universităţii din Piteşti, Bucureşti, 2009.
14. Slusariuc, Gabriela Corina, *Economia turismului,* Editura Universitas, Petroșani, 2015.
15. Turcu Daniela, Wiesz Janeta, *Economia turismului*, Editura Eurostampa, Timișoara, 2008
16. Timothy Lee, Stănciulescu, Gabriela, *Special interest tourism for community benefits,* Editura ASE, Bucureşti, 2011

8.2. Aplicaţii: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1.	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, prezentarea structurii temei de casă și distribuirea temelor	2	Expunere Problematizare Exerciţii de reflecţie Dezbatere Explicaţie	Lucrul în echipă Prezentări tema de casă Calcule economice Studii de caz Teste de verificare
2.	Elasticitatea cererii pentru turism	1		
3.	Funcţia turistică	2		
4.	Calculul principalilor indicatori ce caracterizează circulaţia turistică	3		
5.	Caracteristicile pieţei turismului. Determinarea orientării fluxurilor turistice	2		
6.	Organizarea turismului – Studii de caz	2		
7.	Indici de sezonalitate. Coeficientul de concentrare Gini	4		
8.	Serviciile turistice – Studii de caz	2		
9.	Caracterizarea muncii şi a metodelor de ocupare a forţei de muncă în turism	2		
10.	Indicatorii eficienţei activităţii turistice	4		
11.	Fişă de prezentare a unei staţiuni turistice	2		
12.	Evaluare finală	2		

Bibliografie:

1. Băltăreţu Andreea, *Evoluții și tendințe în turismul international. Aspecte teoretice și practice*, Editura Pro Universitaria, 2009.
2. Dridea Catrinel Raluca, *Agrementul și animația în turism. Studii de caz*, Editura Pro Universitaria, 2016.
3. Jelev, Viorica, *Turism international,* Editura România de Mâine, București, 2012.
4. Micu Cristina, *Dezvoltarea turismului durabil. Modelarea factorilor de influență,* Editura Uranus, București, 2013.
5. Micu Cristina*, Economia turismului - suport de curs pentru învăţământul frecvenţă redusă* (pe suport electronic), 2016
6. Neacșu Nicolae, Băltăreţu Andreea, Neacșu Monica, Drăghilă Marcela, *Resurse și destinații turistice în România,* Editura Universitară, 2016.
7. Stănciulescu, Gabriela, Micu, Cristina, *Economie şi gestiune în turism. Probleme, proiecte şi studii de caz,* Editura C.H. Beck, Bucureşti, 2009.
8. Stănciulescu, Gabriela, Micu, Cristina, *Economia turismului - Manual universitar pentru Învăţământul Frecvenţă Redusă,* Editura Universităţii din Piteşti, Bucureşti, 2009.
9. www.turism.gov.ro
10. www.insse.ro
11. www.europa.eu
12. www.world-tourism.org
13. http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/studies_and_publications.htm

9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- corectitudinea şi acurateţea folosirii conceptelor şi teoriilor însuşite la nivelul disciplinei vor satisface aşteptările reprezentanţilor comunităţii academice din domeniul turismului.
- competenţele procedurale şi atitudinale ce vor fi achiziţionate la nivelul disciplinei vor satisface aşteptările reprezentanţilor asociaţiilor profesionale şi angajatorilor din domeniul turismului.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea şi exhaustivitatea cunoştinţelor; - coerenţa logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluare finală	30%
10.5 Seminar	- participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - evaluare periodică; - gradul de încadrare în cerinţele impuse în ceea ce priveşte realizarea temei de casă.	Evaluarea răspunsurilor şi intervenţiilor studentului în activităţile de seminar. Evaluare scrisă în timpul semestrului. Evaluarea prezentării temei de casă.	10% 30% 30%
10.6 Standard minim de performanţă	Cunoaşterea conceptelor de bază specifice economiei turismului. Identificarea factorilor care influențează fenomenul turistic. Determinarea indicatorilor circulatiei turistice.		

Data completării
12 septembrie 2019

Titular de curs,
Lect. univ. dr. Cristina MICU

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Cristina MICU

Data aprobării în Consiliul departamentului,
27 septembrie 2019

Director de departament,
(prestator)
Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

Director de departament,
(beneficiar),
Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

FIŞA DISCIPLINEI
Limba străină pentru afaceri 3 – engleza
2019-2020

1. Date despre program

1.1	Instituţia de învăţământ superior	Universitatea din Piteşti
1.2	Facultatea	Facultatea de Ştiinţe Economice şi Drept
1.3	Departamentul	Management şi Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Licenţă
1.6	Programul de studiu / calificarea	Economia Comerţului, Turismului şi Serviciilor / Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					**Limba străină pentru afaceri 3 – Engleza**					
2.2	Titularul activităţilor de curs					-					
2.3	Titularul activităţilor de seminar					Lect. univ. dr. Nicoleta MINCĂ					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe saptămână	2	**3.2**	din care curs	-	**3.3**	**S /** L / P	2
3.4	Total ore din planul de înv.	28	**3.5**	din care curs	-	**3.6**	**S /** L / P	28
Distribuţia fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe								6
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren								6
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								6
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activităţi (comunicarea bidirecţională cu titularul de disciplină)								2

3.7	Total ore studiu individual	22
3.8	**Total ore pe semestru**	**50**
3.9	**Număr de credite**	**2**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Nivel de competenţă lingvistică A1- A2 conform Cadrului European Comun de Referinţă pentru Limbi.
4.2	De competenţe	• Capacitatea de analiză şi sinteză • Capacitatea de înţelegere şi utilizare a limbajului şi a conceptelor domeniului de studiu • Capacitatea de a utiliza inducţia şi deducţia • Capacitatea de structurare şi interpretare a informaţiei Capacitatea de gândire pragmatică şi aplicativă

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1	De desfăşurare a cursului	-
5.2	De desfăşurare a seminarului	- Dotarea sălii de seminar cu CD player - Susţinerea testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

6. Competenţe specifice vizate

Competenţe profesionale	
Competenţe transversale	• CT1. Aplicarea principiilor, normelor şi valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă şi responsabilă – 1 PC • CT2. Identificarea rolurilor şi responsabilităţilor într-o echipă plurispecializată şi aplicarea de tehnici de relaţionare şi muncă eficientă în cadrul echipei – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Parcurgerea acestui curs semestrial de limba străină îi va permite studentului: - Să dobândească competenţa necesară pentru a **comunica**, oral sau în scris, în contexte profesionale sau socioculturale diverse, prin mesaje cu grad de complexitate mediu; - Să-şi dezvolte strategii de învăţare individuale în vederea ameliorării propriei **competenţe lingvistice**, inclusiv **plurilingvă**, în funcţie de nevoile specifice, prin munca în echipă sau în autonomie; - Să-şi identifice şi să utilizeze **instrumentele lingvistice** esenţiale profesiei pentru care se pregătesc prin programul de studii urmat; - Să-şi aprofundeze noţiunile fundamentale despre **civilizaţia britanică** şi **europeană și cultura antreprenorială** - Să conştientizeze aspectul **diferenţelor culturale** reflectate în limbă şi a impactului acestora în interacţiunile profesionale.
7.2 Obiectivele specifice	• Dezvoltarea şi consolidarea unui vocabular economic prin abordarea unor texte specializate; • Dezvoltarea şi consolidarea mecanismelor gramaticale specifice textelor economice; • Sistematizarea cunoştinţelor teoretice şi practice în scopul decodării unui text de specialitate; • Familiarizarea studenţilor cu elemente lingvistice intratextuale caracteristice complexităţii discursului economic, a structurilor semantice şi funcţiilor categoriilor de texte amintite; • Dezvoltarea capacităţii de identificare a termenilor şi structurilor care trimit spre concepte particulare ale domeniului, al căror ancodaj / decodaj contextualizat impune consultarea specialistului din domeniul economic.

8. Conţinuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1				
8.2. Aplicaţii: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	**Business management**: defining management, SWOT analysis, the business plan, management styles, modern management theory.	3	Expunerea cu material suport Explicaţia Exemplificarea Dialogul Conversația euristică	CD Player Tabla Videoproiector Calculator platformă e-learning (chat, forum) E-mail Materialului didactic este divizat în unităţi de studiu, care facilitează învăţarea graduală şi structurată
2	**E-business**: successes and failures; current trends, marketing and advertising strategies.	3		
3	**Investments**. Stock Markets.Trading stocks and shares. Effects of investments	3		
4	**Leadership and group dynamics**: team-building, conflict management, motivation, negociating styles, project management, time management	3		
5	**Evaluare parțială**	2		
6	**Job satisfaction**: motivation, training, self-developement and assessment	3	Expunerea cu material suport Explicaţia Exemplificarea Dialogul Conversația euristică	CD Player Tabla Videoproiector Calculator platformă e-learning (chat, forum) E-mail Materialului didactic este divizat în unităţi de studiu, care facilitează învăţarea graduală şi structurată
7	**Organizational culture**: definitions, characteristics, development	3		
8	**Business ethics**: external factors, standards, ethics and value, ethical issues	3		
9	**Tourism, Promotion and Marketing:** types of tourism organisations, promotion, e-marketing.	3		
10	**Evaluare finală**	2		

Bibliografie:

- Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty. Business Result. Intermediate. (B1) Student's Book. Oxford University Press. 2014
- Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty. Business Result. Intermediate. (B1) Audio CDs (2). Oxford University Press. 2014
- Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty. Business Result. Pre-Intermediate. (A2) Student's Book. Oxford University Press. 2014
- Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty. Business Result. Pre-Intermediate. (A2) Audio CDs (2). Oxford University Press. 2014
- Ilinca, Cristina, English for Business Communication, Editura Universitatii din Pitesti, 2017

- Mackenzie, Ian. *Professional English in Use Management*. Cambridge University Press. 2011
- Mackenzie, Ian. *Professional English in Use*, *Finance*. Cambridge University Press. 2016
- Mincă, Nicoleta, Simoni, Smaranda, Maciu, Andreea, Business English, Editura Universitatii din Pitesti, editia a II-a, Piteşti, 2017
- Morris, Catrin, *Flash on English for Tourism, ELI, ESP Series, 2012*
- Prodromou, Luke, Bellini, Lucia, *Flash on English for commerce*, ELI, ESP Series, 2012

Sitografie :
http://www.thefreedictionary.com/
http://iate.europa.eu/
www.collinsdictionary.com
http://learnenglish.britishcouncil.org/

9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunitaţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori din domeniul aferent programului

Competenţele dobândite la disciplină permit absolvenţilor să lucreze folosind limba engleză în domeniul aferent programului de studii *ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR*.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs			
10.5 Seminar	- participarea activă la seminar - gradul de încadrare în cerinţele impuse în ceea ce priveşte realizarea temei de casă.	*Evaluare formativă, în timpul semestrului*. - participarea activă la seminar - test semestru - temă de casă. *Evaluare sumativă, la sfârşitul semestrului*.	 20% 30% 20% 30%
10.6 Standard minim de performanţă	Stăpânirea noţiunilor fundamentale aferente tematicii abordate și capacitatea de a le exprima în limba engleză.		

Data completării
16 septembrie 2019

Titular de curs,
-

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Nicoleta MINCĂ

Data aprobării în Consiliul departamentului,
27 septembrie 2019

Director de departament,
(prestator)
Conf. univ. dr. Laura Cîţu

Director de departament,
(beneficiar),
Conf. univ. dr. Daniela Mihai

FIŞA DISCIPLINEI

Limba străină pentru afaceri 3 - Franceză, *anul universitar 2019-2020*

1. Date despre program

1.1	Instituţia de învăţământ superior	Universitatea din Piteşti
1.2	Facultatea	Facultatea de Ştiinţe Economice şi Drept
1.3	Departamentul	Management şi Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Licenţă
1.6	Programul de studiu / calificarea	Economia Comerţului, Turismului şi Serviciilor / Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					**Limba străină pentru afaceri 3 - Franceză**					
2.2	Titularul activităţilor de curs					-					
2.3.	Titularul activităţilor de seminar					Conf. univ. dr. Florinela ȘERBĂNICĂ					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe saptămână	2	**3.2**	din care curs	-	**3.3**	**S /** L / P	2
3.4	Total ore din planul de înv.	28	**3.5**	din care curs	-	**3.6**	**S /** L / P	28

Distribuţia fondului de timp	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe	6
Documentare suplimentară în bibliotecă şi pe platformele electronice de specialitate	6
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri	6
Tutoriat	2
Examinări	-
Alte activităţi (comunicarea bidirecţională cu titularul de disciplină)	2

3.7	Total ore studiu individual	22
3.8	**Total ore pe semestru**	**50**
3.9	**Număr de credite**	**2**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Nivel de competenţă lingvistică A1- A2 conform Cadrului European Comun de Referinţă pentru Limbi.
4.2	De competenţe	• Capacitatea de analiză şi sinteză • Capacitatea de înţelegere şi utilizare a limbajului şi a conceptelor domeniului de studiu • Capacitatea de a utiliza inducţia şi deducţia • Capacitatea de structurare şi interpretare a informaţiei • Capacitatea de gândire pragmatică şi aplicativă

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1	De desfăşurare a cursului	-
5.2	De desfăşurare a seminarului	- Dotarea sălii de seminar cu CD player - Participarea studenţilor la seminarii - Susţinerea testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

6. Competenţe specifice vizate

Competenţe profesionale	
Competenţe transversale	• CT1. Aplicarea principiilor, normelor şi valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă şi responsabilă – 1 PC • CT2. Identificarea rolurilor şi responsabilităţilor într-o echipă plurispecializată şi aplicarea de tehnici de relaţionare şi muncă eficientă în cadrul echipei – 1 PC

transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Parcurgerea acestui curs semestrial de limba străină îi va permite studentului: - Să dobândească competenţa necesară pentru a **comunica**, oral sau în scris, în contexte profesionale sau socioculturale diverse, prin mesaje cu grad de complexitate mediu; - Să-şi dezvolte strategii de învăţare individuale în vederea ameliorării propriei **competenţe lingvistice**, inclusiv **plurilingvă**, în funcţie de nevoile specifice, prin munca în echipă sau în autonomie; - Să-şi identifice şi să utilizeze **instrumentele lingvistice** esenţiale profesiei pentru care se pregătesc prin programul de studii urmat; - Să-şi aprofundeze noţiunile fundamentale despre **civilizaţia franceză** şi **europeană** - Să conştientizeze aspectul **diferenţelor culturale** reflectate în limbă şi a impactului acestora în interacţiunile profesionale.
7.2 Obiectivele specifice	- Dezvoltarea şi consolidarea unui vocabular economic prin abordarea unor texte specializate; - Dezvoltarea şi consolidarea mecanismelor gramaticale specifice textelor economice; - Sistematizarea cunoştinţelor teoretice şi practice în scopul decodării unui text de specialitate; - Familiarizarea studenţilor cu elemente lingvistice intratextuale caracteristice complexităţii discursului economic, a structurilor semantice şi funcţiilor categoriilor de texte amintite; - Dezvoltarea capacităţii de identificare a termenilor şi structurilor care trimit spre concepte particulare ale domeniului, al căror ancodaj / decodaj contextualizat impune consultarea specialistului din domeniul economic.

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1				
8.2. Aplicaţii: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	**La politique économique de l'UE**	2	- Lectura dirijată - Ascultare suport audio/ - Conversaţia - Traducerea / versiunea - Exerciţii de lexic	Fişe de lucru, tablă / flipchart şi cretă / marker; casetofon/ laptop/ mp3 player pentru audiţii
2	**La politique monétaire de l'UE**	2		
3	**Le taux de chômage en France**	2		
4	**Les différents prélèvements obligatoires: la France**	2		
5	**Les différents prélèvements obligatoires: les pays occidentaux**	2		
6	***Test***	2		
7	**L'importance et l'évolution des finances locales**	2	- Lectura dirijată - Ascultare suport audio/ - Conversaţia - Traducerea / versiunea - Exerciţii de lexic	Fişe de lucru, tablă / flipchart şi cretă / marker; casetofon/ laptop/ mp3 player pentru audiţii
8	**Les comptables et les financiers sont recherchés**	2		
9	**Les banques françaises**	2		
10	**BNP Paribas**	2		
11	**Vente et marketing, quelle différence?**	2		
12	**L'achat et la vente d'espace publicitaire**	2		
13	**Les douanes**	2		
14	**Evaluation finale**	2		

Bibliografie:

BASSI, C, CHAPSAL, A-M., 2015, *Diplomatie.com*, CLE International
BLOOMFIELD, A., TAUZIN, B., 2011, *Affaires à suivre*, Hachette, Paris
CAILLAUD, C., 2013, *Modèles de lettres indispensables pour l'entreprise*, Éd. Nathan Prometis
CHERIFI, S., GIRARDEAU, B., MISTICHELLI, B., 2014, *Travailler en français «en entreprise» A2/B1 livre + CD audio rom*, Didier

CILIANU-LASCU, C.; COICULESCU, A.; CHIŢU L.; FĂGUREL, O., 2010, *Mots et expressions – discours en économie*, Bucureşti, Ed. Teora
CLOOSE, Éliane, 2014, *Le français du monde du travail - Approche spécifique de l'économie et du monde des affaires*, Presses Universitaires de Grenoble
CONSTANTINESCU, I., 2014, *Le français des affaires*, Bucureşti, Ed. Milena Press
DELACOURT, F., 2006, *Le français des affaires*, Paris, De Vechi
DUBOIS, A-L., 2011, *Objectif express 1*, Hachette, Paris
DUBOIS, A-L., 2014, *Objectif express 2*, Hachette, Paris
GRUNEBERG, A., B. Tauzin, 2011, *Comment vont les affaires*, Paris, Hachette
HENNY, F., 2009, *Communiquons par l'écrit*, ASSAP
LORENTZ, M.A., 2013, *Le français du management. Créer une entreprise*, Bucureşti, Ed. ASE
PENFORNIS, J.-L., 2011, *Français.com*, Paris, CLE International
PERRAT, P., 2014, *Les règles d'or de l'écriture en entreprise. Réussir vos mails, newletters, comptes rendus, rapports, communiqués de presse*, L'Etudiant
SAVIN, V., C. – A. Savin, 2012, *Dicţionar francez-român (administrativ, comercial, economic, financiar-bancar, juridic)*, Cluj-Napoca, Ed. Dacia Educaţional
TOADER, M., 2012, *Le français des affaires*, Cluj-Napoca, PUC
TOMESCU, M., 2011, *Le français économique et administratif*, Ed. Pygmalion, Piteşti
TOMESCU, M., 2010, *Le français économique pour l'enseignement à distance*, Ed. Universităţii din Piteşti (suport electronic)
TOMESCU, M., 2017, *Le Français du monde du travail et des affaires*, Editura Universităţii din Piteşti (support electronic)
WILLIAMS, S., N., – MCANDREW, Cazorla, 2007, *Franceza pentru oameni de afaceri*, Bucureşti, Ed. Teora

Revues :
- *Expansion*, *Capital*, *Action commerciale*, *Le nouvel économiste*, *Revue d'économie politique*

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori din domeniul aferent programului

Prin nivelul de limbă dobândit la finalul cursului, studentul poate să înţeleagă ideile principale din texte complexe pe teme concrete şi abstracte, inclusiv în discuţii tehnice din specialitatea sa. Poate să comunice cu un anumit grad de spontaneitate şi de fluenţă cu un vorbitor nativ. Poate să acţioneze şi să execute sarcini profesionale, în mediul din specialitatea sa, pe baza comunicării lingvistice. Poate să utilizeze limba cu eficacitate în viaţa socială, profesională sau academică.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs			
10.5 Seminar	- participarea activă la seminar - gradul de încadrare în cerinţele impuse în ceea ce priveşte realizarea temei de casă.	*Evaluare formativă, în timpul semestrului*. - participarea activă la seminar - test semestru - temă de casă. *Evaluare sumativă, la sfârşitul semestrului*.	 20% 30% 20% 30%
10.6 Standard minim de performanţă	Aproprierea noţiunilor fundamentale abordate		

Data completării
15 septembrie 2019

Titular de curs,
-

Titular de seminar,
Conf. univ. dr. Florinela ȘERBĂNICĂ

Data aprobării în Consiliul departamentului,
27 septembrie 2019

Director de departament,
(prestator)
Conf. univ. dr. Laura Cîţu

Director de departament,
(beneficiar),
Conf. univ. dr. Daniela Mihai

FIŞA DISCIPLINEI

Educaţie fizică, *2019-2020*

1. Date despre program

1.1	Instituţia de învăţământ superior	Universitatea din Piteşti
1.2	Facultatea	Facultatea de Ştiinţe Economice şi Drept
1.3	Departamentul	Management şi Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Licenţă
1.6	Programul de studii / Calificarea	Economia Comerţului, Turismului şi Serviciilor / Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					**EDUCAŢIE FIZICĂ**					
2.2	Titularul activităţilor de curs					-					
2.3	Titularul activităţilor de seminar					Asist. univ. dr. VIȘAN Paul Florinel					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe saptămână	1	**3.2**	din care curs	-	**3.3**	**S /** L / P	1
3.4	Total ore din planul de înv.	14	**3.5**	din care curs	-	**3.6**	**S /** L / P	14

Distribuţia fondului de timp alocat studiului individual	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe	-
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren	4
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri	4
Tutoriat	2
Examinări	-
Alte activităţi (comunicarea bidirecţională cu titularul de disciplină)	1

3.7	Total ore studiu individual	11
3.8	**Total ore pe semestru**	**25**
3.9	**Număr de credite**	**1**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	-
4.2	De competenţe	-

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1	De desfăşurare a cursului	
5.2	De desfăşurare a seminarului	Teren Sport Bitum/iarbă, Sală Fitness/Sală Sport, "Gh. Doja" Nr. 41, Piteşti; mingi, vestuţe de departajare, jaloane, cercuri, competuri şi alte materiale auxiliare; prezenţa studenţilor la seminar

6. Competenţe specifice vizate

Competenţeprofesionale	
Competenţetransversale	• CT2. Identificarea rolurilor şi responsabilităţilor într-o echipă plurispecializată şi aplicarea de tehnici de relaţionare şi muncă eficientă în cadrul echipei – 1 PC

transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Conştientizarea rolului şi importanţei practicării exerciţiilor fizice cât şi îmbunătăţirea stării generale de sănătate
7.2 Obiectivele specifice	***Obiective atitudinale***: OA1 - formarea convingerilor şi deprinderilor de practicare independentă a exerciţiilor fizice şi a sporturilor preferate, în scop igienic, deconectant; OA2 - îmbunătăţirea continuă a stării de sănătate, a vigorii fizice, psihice precum şi a dezvoltării corporale armonioase; OA3 - ridicarea nivelului general de motricitate şi însuşirea elementelor de bază din practica unor ramuri sportive; OA4 - formarea şi consolidarea unui sistem de cunoştinţe practice şi teoretice (didactice, metodice, tehnice, organizatorice) în concordanţă cu sarcinile generale ale învăţământului superior; OA5 - modelarea stărilor psihocomportamentale şi transpunerea acestora în practica vieţii sociale (fair-play, spirit de echipă, responsabilitate, perseverenţă, hotărâre, încredere, stăpânire de sine etc.); OA6 - formarea unei conduite favorabile şi a unui stil de viaţă sănătos, mental şi fizic prin practicarea activităţilor cu specific sportiv; OA7 - desfăşurarea unor activităţi sportive care să contribuie la menţinerea unui aspect fizic plăcut; OA8 - stimularea interesului pentru sport şi mişcare, ca modalitate de menţinere a stării de sănătate şi de influenţare a unei evoluţii corecte şi armonioase a organismului. ***Obiective procedurale***: OP1 – exersarea deprinderilor în vederea realizării capacităţii de organizare a sarcinilor care le vor avea ca organizatori de activităţi educative cu caracter sportiv;

8. Conţinuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1				
8.2. Aplicaţii: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	**Verificarea capacităţii motrice generale de viteză, rezistenţă, forţă, îndemânare/coordonare;** Prezentarea unui conţinut teoretic minimal vizând jocurile sportive fotbal, baschet, handbal şi volei, valenţele si trăsăturile lor specifice, realizarea instructajului pentru protecţia muncii, prezentarea obiectivelor si a cerinţelor disciplinelor predate, susţinerea testărilor iniţiale; Jocuri pe spaţii reduse de 2x2, 3x3, 4x4, 5x5, Fotbal, Tenis, Badminton	4	conversaţia, demonstraţia, observaţia	
2	**Susţinerea eficientă a efortului specific solicitărilor în lecţia de educaţie fizică şi sport şi întreceri.** **Calităţi motrice specifice:** Viteza: de reacţie faţă de: minge, partener, adversar; de execuţie a deplasărilor, săriturilor şi a procedeelor tehnice de bază Forţă explozivă la nivelul trenului inferior Rezistenţă la efort mixt Îndemânare în manevrarea obiectului de joc	4	conversaţia, demonstraţia, exersarea, observaţia, imitaţia, modelarea	
3	**Utilizarea adecvată în întreceri / concursuri a procedeelor tehnice însuşite.** ***Handbal: procedee tehnice:*** ***în apărare***: poziţia fundamentală: înaltă, medie, joasă, deplasare laterală pe semicerc cu paşi adăugaţi, către dreapta şi către stânga, deplasare cu paşi adăugaţi, către înainte şi către înapoi, alergare laterală către dreapta şi către stânga, schimbarea direcţiei din alergarea laterală şi deplasarea laterală cu paşi adăugaţi,	4	conversaţia, demonstraţia, exersarea, observaţia, imitaţia, modelarea	

	săriturile pe un picior din deplasare şi pe ambele picioare, de pe loc şi din deplasare ***în atac:*** *în jocul fără posesia mingii:* poziţia fundamentală, alergare de viteză, schimbarea tempoului, alergării, oprirea şi demarcarea, alergare laterală, schimbările de direcţie din alergarea normală şi laterală, săriturile pe un picior din deplasare şi pe ambele picioare de pe loc şi din deplasare, deplasarea pe semicerc. *în jocul cu posesia mingii:* pasele de pe loc şi din deplasare: cu o mână şi cu ambele mâini de jos, de sus, din lateral, directe şi cu pământul, la diferite distanţe şi către diferite direcţii driblingul pe loc şi în deplasare: cu variaţia înălţimii şi a ,tempoului alergării, cu fiecare mână, cu viteză maximă, cu fiecare mână, driblingul cu schimbarea direcţiei: cu trecerea mingii prin spate, cu fiecare mână, aruncările la poarta de pe loc, din deplasare: ***HANDBAL Acţiuni tactice individuale de atac:*** demarcarea pentru intrarea în posesia mingii; deplasarea in teren, pătrunderea; dribling, fenta de pasare, de depăşire şi de aruncare; depăşirea şi aruncarea la poarta sau pasarea mingii; ***Acţiuni tactice individuale de apărare:*** marcajul între atacant şi poarta; marcajul între atacant şi minge, apărarea om la om, lansarea contraatacului. ***VOLEI Procedee tehnice însuşite anterior*** poziţia fundamentală: înaltă, medie, joasă, deplasare laterală cu paşi adăugaţi, către dreapta şi către stânga, deplasare cu paşi adăugaţi, către înainte şi către înapoi, alergare laterală către dreapta şi către stânga, schimbarea direcţiei din alergarea laterală şi deplasarea laterală cu paşi adăugaţi, săriturile pe un picior din deplasare şi pe ambele picioare, de pe loc şi din deplasare pasele de pe loc şi din deplasare cu ambele mâini de jos, de sus, din lateral, la diferite distanţe şi către diferite direcţii, dublajul. preluarea din serviciu, din atac, pase înalte, scurte, lovitura de atac, serviciul. ***VOLEI Acţiuni tactice individuale de atac:*** orientarea preluării către zona în care se află ridicătorul; orientarea serviciului în zone precizate; adaptarea loviturii de atac ca forţă şi direcţie în funcţie de traiectoria mingii. ***Acţiuni tactice individuale de apărare:*** plasamentul adecvat în zona proprie la primirea serviciului; plasamentul în zona proprie la efectuarea serviciului coechipierilor; anticiparea şi plasarea eficientă pe direcţia mingii transmisă de adversar blocajul individual; supravegherea mingii preluată / transmisă de parteneri şi intervenţia în cazul execuţiilor impuse.			
4	**Verificare practică: Norme de control specifice** ***Handbal*** ***Testare*** – dribling printre jaloane, aruncare la poartă prin procedeu la alegere. Pasă plecare pe contraatac, reprimire dribling şi aruncare la poartă din săritură. ***Fotbal*** ***Testare*** – dribling printre jaloane, şut la poartă. Pasă plecare pe contraatac, reprimire dribling şi şut la poartă din afara careului. Joc bilateral. ***Volei*** ***Testare*** – pase in doi de sus si de jos, pase la perete număr de repetări. Pasă plecare pe contraatac, lovitura de atac . Joc bilateral. ***Baschet*** ***Testare*** – dribling printre jaloane, aruncare la cos prin procedeu la alegere. Pasă plecare pe contraatac, reprimire dribling şi aruncare la cos din săritură. Joc bilateral	2	Metode - practice, intuitive, verbale şi evaluative	
Bibliografie				

*** Regulamente pe ramuri de sport – *Atletism, Baschet, Badminton, Handbal, Fotbal, Volei,* elaborate de Federaţiile sportive.
Drăgan, I., (2010), *Din secretele sănătăţii cei 2 M Mişcarea şi Mâncarea*, Editura Bogdana, Bucureşti.
Mihăilescu, L., Mihăilescu, N., (2011), *Atletism în sistemul educaţional*, Editura Universităţii din Piteşti.
Niculescu, I., (2013), *Jocuri dinamice,* Editura Universităţii din Piteşti.
Opriş Florentina, (2012), *Sport, Dietă & Vedete*, Editura Litera, Bucuresti.
Stoica Alina, (2014*), Gimnastică aerobică, Fundamente teoretice şi practico-metodice*, Editura Brend, Bucuresti.
Vladu, L., Marinescu, A., Amzăr, L., (2013), *Sănătate prin sport*, Editura Universităţii Craiova.
http://fr.groups.yahoo.com/group/fan_sanatate_grup_pe_internet/message/283
http://www.plantelevietii.ro/greutate.html
http://www.florentina.ro/index.php?cat_id=371

9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori din domeniul aferent programului

Conţinutul disciplinei este în concordanţă cu cerinţele actuale ale societăţii, cu nevoia studenţilor de compensare a muncii intelectuale intensive şi mai ales de menţinere a unei stări de sănătate optime. Considerăm că incluziunea studenţilor de piaţa muncii este condiţionată si de capacitatea fizică de a depune efort, de capacitatea de socializare, de starea de sănătate bună, de adoptare a unui stil de viaţă sănătos, acestea fiind unele din efectele participării studenţilor la orele de educaţie fizică universitară.

Notă: *Universitatea din Piteşti evaluează periodic gradul de satisfacţie al reprezentanţilor angajatorilor faţă de competenţele profesionale şi transversale dobândite de către absolvenţi.*

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs			
10.5 Seminar	- participarea activă la seminar, - gradul de încadrare în cerinţele impuse; - gradul de însușire a competenţelor testate la evaluarea parțială.	Activitate seminar Testare 1 Testare 2 Evaluare finală	10 30 30 30
10.6 Standard minim de performanţă	Achiziţionarea cel puţin a primelor 5 puncte componente ale competenţelor profesionale precizate mai sus.		

Promovarea studenţilor scutiţi medical (SM), se va face pe baza îndeplinirii cerinţelor precizate în Procesul Verbal: prezenţa la oră în echipament sportiv, prezentare SM, scutit medical total sau parţial, activitate de şah sau gimanstică medicală (după caz); Evaluarea finală se va realiza după caz, prin competiţii de şah sau prezentare orală a unui referat cu temă prestabilită de către cadrul didactic, cu trimitere specifică asupra activităţii de Educaţie Fizică şi Sport.

La finalul semestrului procentajul se va transforma în calificativ ADMIS/RESPINS.

Data completării
20 septembrie 2019

Titular de curs,
-

Titular de seminar,
Asist. univ. dr. VIȘAN Paul Florinel

Data aprobării în Consiliul departamentului,
27 septembrie 2019

Director de departament,
(prestator)
Prof. univ. dr. Marian Crețu

Director de departament,
(beneficiar),
Conf. univ. dr. Daniela Mihai

FIŞA DISCIPLINEI

Comerț internațional

Anul universitar 2019 – 2020

1. Date despre program

1.1	Instituţia de învăţământ superior	Universitatea din Piteşti
1.2	Facultatea	Facultatea de Ştiinţe Economice şi Drept
1.3	Departamentul	Management şi Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Licenţă
1.6	Programul de studiu / calificarea	**Economia comerțului, turismului și serviciilor / Economist**

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					**Comerț internațional**					
2.2	Titularul activităţilor de curs					Conf. univ. dr. Flaviu Meghișan					
2.3	Titularul activităţilor de seminar					Conf. univ. dr. Flaviu Meghișan					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	A

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe saptămână	4	**3.2**	din care curs	2	**3.3**	**S /** L / P	2
3.4	Total ore din planul de înv.	56	**3.5**	din care curs	28	**3.6**	**S /** L / P	28
Distribuţia fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren								14
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								1
Examinări								-
Alte activităţi (comunicarea bidirecţională cu titularul de disciplină)								1

3.7	Total ore studiu individual	44
3.8	**Total ore pe semestru**	**100**
3.9	**Număr de credite**	**4**

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoaşterea elementelor de Economie, Geografie Economică şi Marketing, discipline studiate în anul I
4.2	De competenţe	Capacităţi de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfăşurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfăşurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenţilor la seminarii - Susţinerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestaţiilor în comerţ, turism şi servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 2 PC C.3. Gestionarea relaţiilor cu clienţii şi furnizorii – 1 PC
transpeteComnțe	

rs venstra ale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Înţelegerea conceptului actual de ,,comerţ internaţional" precum şi a tendinţele referitoare la teoria şi practica acestui domeniu. Identificarea problemelor actuale din sfera relațiilor economice internaționale.
7.2. Obiectivele specifice	A. <u>Obiective cognitive</u> - Familiarizarea cursanţilor cu terminologia, precum şi cu fenomenele şi procesele economice specifice comerţului internaţional; - Cercetarea de către cursanţi a particularităţilor regionale, în contextul regionalizării şi globalizării economiei mondiale; - Dezvoltarea capacităţii de analiză şi sinteză a fenomenelor şi proceselor economice în ansamblu, analiza particularităţilor unei pieţe, precum şi a strategiilor practicabile. B. <u>Obiective procedurale</u> - Înţelegerea rolului comerţului internaţional în cadrul economiei internaţionale; - Familiarizarea cu mecanismul derulării unei tranzacţii de comerţ exterior; - Planificarea judicioasă, organizarea şi controlul diferitelor operaţiuni de comerţ internaţional; - Eficientizarea tranzacţiilor comerciale internaţionale. <u>C. Obiective atitudinale</u> - Respectarea normelor de deontologie profesională (a codului deontologic), fundamentate pe opţiuni valorice explicite, specifice specialistului în comerț internațional; - Cooperarea în echipe de lucru pentru eficientizarea activității de comerț internațional; - Evitarea anumitor erori în activitatea de comerț internațional; - Urmărirea corectă a etapelor derulării tranzacțiilor internaționale.

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	Comerţul internaţional, vehicul esenţial al economiei internaţionale. Structura schimburilor internaţionale. Provocările dezvoltării durabile şi limitele unei lumi durabile.	4	▪ prelegerea ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic ▪ exerciţiul ▪ dezbaterea cu oponent imaginar	*calculatorul* *(prezentarea în power – point)*
2	Cauzele comerţului internaţional şi câştigul din comerţ. Teorii clasice şi moderne privind comerţul internaţional.	4		
3	Situaţia curentă şi perspectivele comerţului internaţional. Forţele puternice care ţintesc Pământul.	4		
4	Politici comerciale internaţionale. Comerţ liber *versus* protecţionism.	4		
5	Abordări strategice ale internaţionalizării. Strategii comerciale internaţionale. Companiile Multinaţionale şi Comerţul Internaţional.	4		
6	Balanţa de plăţi. Contul venitului naţional şi tabloul general al balanţei de plăţi.	4		
7	Planificarea, organizarea şi controlul operaţiunilor de comerţ internaţional.	4		

Bibliografie

1. Burciu Aurel (coordonator) - ,,*Tranzacţii comerciale internaţionale*", Editura Polirom, Iaşi, 2010
2. Canton James - ,, *Provocările viitorului. Principalele tendinţe care vor reconfigura lumea în următorii 5, 10, 20 de ani*", Editura Polirom, Iaşi, 2010
3. Carroué Laurent, Collet Didier - ,,*La mondialisation contemporaine. Rapports de force et enjeux*", Éditions Bréal, 2013

4. Fota Constantin - ,,*Comerţ internaţional şi politici comerciale internaţionale*", Editura Universitaria, Craiova, 2002
5. Friedman George - *,,Următorul deceniu. De unde venim…și încotro ne îndreptăm",* Editura Litera, București, 2011
6. Friedman Milton, Friedman Rose - *,,Libertatea de a alege. O declaraţie personală",* Editura Publica, Bucureşti, 2009
7. Gueutin Claire-Agnès - ,,*L'essentiel de l'économie internationale*", Ellipses, France, 2013
8. Krugman Paul - ,,*End This depression, Now !*", Ed. Melrose Road Partners, 2012
9. Krugman Paul - ,,*Întoarcerea Economiei Declinului şi criza din 2008*", Editura Publica, Bucureşti, 2009
10. Krugman Paul, Maurice Obsfeld, Marc Melitz, 9-e édition - *,,Économie internationale*", Pearson Education France, 2012
11. Meghișan Flaviu - *Comerț international*, Editura Sitech, Craiova, noiembrie 2014
12. Meghișan Flaviu – Comerț internațional – *manual universitar pentru IFR,* (suport electronic), Pitești, 2016
13. Porter Michael - ,,*Despre concurenţă*", Editura Meteor Press, Bucureşti, 2008
14. Roubini Nouriel, Mihm Stephen - ,,*Economia crizelor. Curs – fulger despre viitorul finanțelor*", Editura Publica, București, 2010
15. Schumpeter Joseph A. - ,,*Poate supraviețui capitalismul? Distrugerea creatoare și viitorul economiei globale*", Editura Publica, București, 2011
16. Starobin Paul - ,,*Sfârșitul secolului american și noile puteri mondiale*", Editura Litera, București, 2011
17. Stiglitz Joseph E. - ,,*În cădere liberă. America, piaţa liberă şi prăbuşirea economiei mondiale*", Editura Publica, Bucureşti, 2010

8.2. Aplicaţii: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1.	Organizaţia Mondială a Comerţului şi limitele sale.	2	Dialogul; conversația euristică; dezbatere	În cadrul acestei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării Referatul, fișa didactică
2.	Comerţ internaţional şi marketing internaţional în firma dvs.	2		
3.	Era firmei multinaţionale. Avantajul concurenţial al firmei internaţionale.	4		
4.	Inovaţiile, schimbările tehnologice şi globalizarea, determinanţi ai dezvoltării comerţului.	4		
5.	Comerţ liber sau protecţionism? Regionalizare versus globalizare.	4		
6.	Investiţiile străine directe şi multinaţionalele. Opţiuni strategice ale multinaţionalelor.	4		
7.	Producţia şi schimbul la cei trei poli. Evoluţie şi tendinţe.	2		
8.	Administrarea operaţiunilor de comerţ internaţional. Politici de promovare şi de stimulare a exportului	4		
9.	Evaluare finală	2		

Bibliografie:

1. Canton James - ,,*Provocările viitorului*", Editura Polirom, Iaşi, 2010
2. Friedman George - ,,*Următorul deceniu. De unde venim…și încotro ne îndreptăm*.", Editura Litera, București, 2011
3. Krugman Paul - ,,*End This depression, Now* !", Ed. Melrose Road Partners, 2012
4. Krugman Paul, Obsfeld Maurice, Melitz Marc, 9-e édition - ,,*Économie internationale*", Pearson Education France, 2012
5. Meghişan Flaviu - *Comerț internaţional* – Editura Sitech, Craiova, noiembrie 2014
6. Meghișan Flaviu – Comerț internațional – *manual universitar pentru IFR,* (suport electronic), Pitești, 2016
7. Roubini Nouriel, Mihm Stephen - ,,*Economia crizelor. Curs – fulger despre viitorul finanțelor*", Editura Publica, București, 2010
8. Starobin Paul - ,,*Sfârșitul secolului american și noile puteri mondiale*", Editura Litera, București, 2011
9. Stiglitz Joseph E. - ,,*În cădere liberă. America, piaţa liberă şi prăbuşirea economiei mondiale*", Editura Publica, Bucureşti, 2010

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

1. Evitarea anumitor erori în activitatea de comerț internațional
2. Urmărirea corectă a etapelor derulării tranzacțiilor internaționale
3. Competențele procedurale și atitudinale ce vor fi însușite la nivelul disciplinei, vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniul vizat

Notă: În cadrul programelor de formare continuă a personalului didactic va fi evaluat, periodic, gradul de satisfacție

al reprezentanților comunității academice și al angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenții programului de studiu

10. Evaluare:

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea şi exhaustivitatea cunoştinţelor; - coerenţa logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală	30 %
10.5 Seminar	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar, referatelor • Evaluare periodică • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerinţele impuse.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Evaluare periodică • Evaluarea temelor de casă	20% 20% 30%
10.6 Standard minim de performanţă	- Cunoaşterea principalelor concepte specifice comerțului internațional		

Data completării
16 septembrie 2019

Titular de curs,
Conf. univ. dr. Flaviu Meghișan

Titular de seminar,
Conf. univ. dr. Flaviu Meghișan

Data aprobării în Consiliul departamentului,
27 septembrie 2019

Director de departament,
(prestator)
Conf. Univ. Dr. Mihai Daniela

Director de departament,
(beneficiar),
Conf. Univ. Dr. Mihai Daniela

FIŞA DISCIPLINEI

Comerț electronic, Anul universitar 2019 – 2020

1. Date despre program

1.1	Instituţia de învăţământ superior	Universitatea din Piteşti
1.2	Facultatea	Facultatea de Ştiinţe Economice şi Drept
1.3	Departamentul	Management şi Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Licenţă
1.6	Programul de studiu / calificarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor / Economist

1. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					**Comerț electronic**					
2.2	Titularul activităţilor de curs										
2.3	Titularul activităţilor de seminar										
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	A

2. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe saptămână	4	**3.2**	din care curs	2	**3.3**	**S /** L / P	2
3.4	Total ore din planul de înv.	56	**3.5**	din care curs	28	**3.6**	**S /** L / P	28
Distribuţia fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren								14
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								1
Examinări								-
Alte activităţi (comunicarea bidirecţională cu titularul de disciplină)								1

3.7	Total ore studiu individual	44
3.8	**Total ore pe semestru**	**100**
3.9	**Număr de credite**	**4**

3. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoaşterea elementelor de Economie, Informatică economică, Cultură antreprenorială şi Marketing, discipline studiate în anul I
4.2	De competenţe	Capacităţi de analiză, sinteză, gândire divergentă

4. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfăşurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfăşurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenţilor la seminarii - Susţinerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestaţiilor în comerţ, turism şi servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 2 PC C.3. Gestionarea relaţiilor cu clienţii şi furnizorii – 1 PC
Competențe transversale transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Înţelegerea conceptului actual de ,,comerţ electronic" precum şi a tendinţele referitoare la teoria şi practica acestui domeniu. Identificarea problemelor actuale din sfera relațiilor economice.
7.2. Obiectivele specifice	A. <u>Obiective cognitive</u> - Familiarizarea cursanţilor cu terminologia, precum şi cu fenomenele şi procesele economice specifice comerţului electronic; - Cercetarea de către cursanţi a particularităţilor regionale, în contextul regionalizării şi globalizării economiei mondiale; - Dezvoltarea capacităţii de analiză şi sinteză a fenomenelor şi proceselor economice în ansamblu, analiza particularităţilor unei pieţe, precum şi a strategiilor practicabile. B. <u>Obiective procedurale</u> - Înţelegerea rolului comerţului electronic în cadrul economiei internaţionale; - Familiarizarea cu mecanismul derulării unei tranzacţii electronice; - Planificarea judicioasă, organizarea şi controlul diferitelor operaţiuni de comerţ electronic; - Eficientizarea tranzacţiilor comerciale electronice. <u>C. Obiective atitudinale</u> - Respectarea normelor de deontologie profesională (a codului deontologic), fundamentate pe opţiuni valorice explicite, specifice specialistului în comerț electronic; - Cooperarea în echipe de lucru pentru eficientizarea activității de comerț electronic; - Evitarea anumitor erori în activitatea de comerț electronic; - Urmărirea corectă a etapelor derulării tranzacțiilor electronice.

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	Particularităţi şi evoluţii ale comerţului electronic contemporan	4	▪ prelegerea ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic ▪ exerciţiul ▪ dezbaterea cu oponent imaginar	*calculatorul* *(prezentarea în power – point)*
2	Adaptarea comerţului la economia digitală. Cum să construieşti afaceri profitabile printr-un marketing de clasă mondială	4		
3	Poziţionarea comerţului ca factor determinant în economia digitală. Cum să ne adaptăm la noua eră a comerţului electronic	4		
4	Profituri şi creştere prin înnoirea pieţei	4		
5	Proiectarea activităţilor de comerţ electronic	4		
6	Crearea platformelor competitive	4		
7	Controlul şi evaluarea rezultatelor în comerţul electronic	4		

Bibliografie

1. Canton James - ,,*Provocările viitorului. Principalele tendinţe care vor reconfigura lumea în următorii 5, 10, 20 de ani*", Editura Polirom, Iaşi, 2010
2. Carroué Laurent, Collet Didier - ,,*La mondialisation contemporaine. Rapports de force et enjeux*", Éditions Bréal, 2013
3. Friedman George - *,,Următorul deceniu. De unde venim…și încotro ne îndreptăm",* Editura Litera, București, 2011
4. Friedman Milton, Friedman Rose -*,,Libertatea de a alege. O declaraţie personală",* Ed. Publica, Bucureşti, 2009
5. Gamble Paul R., Tapp Alan, Marsella Anthony, Stone Merlin - ,,*Revoluţia în marketing. O abordare radicală pentru o afacere de succes*", Editura Polirom, Iaşi, 2008
6. Gueutin Claire-Agnès - ,,*L'essentiel de l'économie internationale*", Ellipses, France, 2013
7. Kotler Philip - ,,*Kotler despre marketing. Cum să creăm, cum să câștigăm și cum să dominăm piețele*", Editura Brandbuilders, București, 2003
8. Kotler Philip, Jain Dipak, Maesincee Suvit - ,,*Marketingul în era digitală. O nouă viziune despre profit, creştere şi înnoire*", Editura Meteor Press, Bucureşti, 2009
9. Kotler Philip, Kartajaya Hermawan, Setiawan Iwan - ,,*Marketing 3.0. De la produs la consumator şi la spiritul uman*", Editura Publica Bucureşti, 2010
10. Krugman Paul - ,,*End this depression, Now !*", Ed. Melrose Road Partners, 2012
11. Krugman Paul, Maurice Obsfeld, Marc Melitz, 9-e édition - *,,Économie internationale*", Pearson Education France, 2012
12. Meghișan Flaviu – Comerț electronic – *manual universitar pentru IFR,* (suport electronic), Pitești, 2017
13. Mercier Samuel - ,,*L'éthique dans les entreprises*", Troisième Edition, Collection Repères, Éditions La Découverte, Paris, 2014

14. Pine B. Joseph II, Gilmore James H. - ,,*Economia Experienței. Orice afacere e o scenă și tot ceea ce faci e un spectacol*", Editura Publica, București, 2010
15. Porter Michael - ,,*Despre concurenţă*", Editura Meteor Press, Bucureşti, 2008
16. Stiglitz Joseph E. - ,,*În cădere liberă. America, piaţa liberă şi prăbuşirea economiei mondiale*", Ed. Publica, Bucureşti, 2010

8.2. Aplicaţii: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1.	Impactul mediului asupra comerţului. Mediul cultural internaţional, mediul politic internaţional, mediul legislativ internaţional vs. Mediul naţional	2	Dialogul; conversația euristică; dezbatere	În cadrul acestei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării Referatul, fișa didactică
2.	Dezvoltarea conştiinţei globale şi demersul către un comerţ de clasă mondială	4		
3.	Formularea unei strategii de înnoire a pieţei	4		
4.	Comunicarea comercială integrată şi publicitatea internaţională	4		
5.	Conceperea unei oferte atrăgătoare	4		
6.	Proiectarea arhitecturii afacerii	2		
7.	Crearea infrastructurii şi a capacităţilor de afaceri	4		
8.	Proiectarea sistemelor operaţionale	2		
9.	Evaluare finală	2		

Bibliografie:

1. Akerlof George A., Shiller Robert J. - ,,*Spirite animale. Despre felul în care psihologia umană influențează economia și ce înseamnă asta pentru capitalismul global*", Editura Publica, București, 2010
2. Ariely Dan - ,,*Irațional în mod previzibil: forțele ascunse care ne influențează deciziile*", Editura Publica, București, 2010
3. Canton James - ,,*Provocările viitorului. Principalele tendinţe care vor reconfigura lumea în următorii 5, 10, 20 de ani*", Editura Polirom, Iaşi, 2010
4. Friedman George - ,,*Următorul deceniu. De unde venim…și încotro ne îndreptăm*.", Editura Litera, București, 2011
5. Kotler Philip - ,,*Kotler despre marketing. Cum să creăm, cum să câștigăm și cum să dominăm piețele*", Editura Brandbuilders, București, 2003
6. Kotler Philip, Jain Dipak, Maesincee Suvit - ,,*Marketingul în era digitală. O nouă viziune despre profit, creştere şi înnoire*", Editura Meteor Press, Bucureşti, 2009
7. Kotler Philip, Kartajaya Hermawan, Setiawan Iwan - ,,*Marketing 3.0. De la produs la consumator şi la spiritul uman*", Editura Publica Bucureşti, 2010
8. Krugman Paul - ,,*End this depression, Now !*", Ed. Melrose Road Partners, 2012
9. Krugman Paul, Maurice Obsfeld, Marc Melitz, 9-e édition - ,,*Économie internationale*", Pearson Education France, 2012
10. Lindstrom Martin - ,,*Buyology*", Editura Publica, Bucureşti, 2011
11. Meghișan Flaviu - ,,*Strategii concurențiale de marketing*", Editura Universitaria, Craiova, 2007
12. Meghișan Flaviu – Comerț electronic – *manual universitar pentru IFR,* (suport electronic), Pitești, 2017

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și teoriilor specifice mediului de afaceri însușite la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților comunității epistemice/academice din domeniul științelor economice;
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniul economic.

Notă: În cadrul programelor de formare continuă a personalului didactic va fi evaluat periodic gradul de satisfacție al reprezentanților comunității academice și al angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenții programului de studiu

10. Evaluare:

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea şi exhaustivitatea cunoştinţelor; - coerenţa logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală	30 %
10.5 Seminar	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la	• Expunerea liberă a	20%

	întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar, referatelor • Evaluare periodică • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerinţele impuse.	studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Evaluare periodică • Evaluarea temelor de casă	20% 30%
10.6 Standard minim de performanţă	- Cunoaşterea principalelor concepte specifice comerțului electronic		

Data completării Titular de curs, Titular de seminar,

19 septembrie 2019

Data aprobării în Consiliul departamentului, Director de departament, Director de departament,

27 septembrie 2019 (prestator) (beneficiar),

Conf. Univ. Dr. Mihai Daniela Conf. Univ. Dr. Mihai Daniela

FIŞA DISCIPLINEI

***Marketing în comerţ, turism şi servicii*, Anul universitar 2019 – 2020**

1. Date despre program

1.1	Instituţia de învăţământ superior	Universitatea din Piteşti
1.2	Facultatea	Facultatea de Ştiinţe Economice şi Drept
1.3	Departamentul	Management şi Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Licenţă
1.6	Programul de studiu / calificarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor / Economist

1. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					**Marketing în comerţ, turism şi servicii**					
2.2	Titularul activităţilor de curs										
2.3	Titularul activităţilor de seminar										
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	A

2. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe saptămână	4	**3.2**	din care curs	2	**3.3**	**S /** L / P	2
3.4	Total ore din planul de înv.	56	**3.5**	din care curs	28	**3.6**	**S /** L / P	28
Distribuţia fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren								14
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								1
Examinări								-
Alte activităţi (comunicarea bidirecţională cu titularul de disciplină)								1

3.7	Total ore studiu individual	44
3.8	**Total ore pe semestru**	**100**
3.9	**Număr de credite**	**4**

3. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoaşterea elementelor de Economie şi Marketing, discipline studiate în anul I
4.2	De competenţe	Capacităţi de analiză, sinteză, gândire divergentă

4. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfăşurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfăşurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenţilor la seminarii - Susţinerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Competențe specifice vizate

Competenţe profesionale	C.1. Realizarea prestaţiilor în comerţ, turism şi servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 2 PC C.3. Gestionarea relaţiilor cu clienţii şi furnizorii – 1 PC
Competenţe transversale transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Dobândirea cunoştinţelor privind conceptele de bază din domeniul marketingului în comerţ, turism şi servicii.
7.2. Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive Dobandirea cunostintelor referitor la: - procesul de planificare strategică în marketingul aplicat în comerţ, turism şi servicii, - procesul de selecţie a pieţelor în comerţ, turism şi servicii, - strategii de pătrundere pe pieţele-ţintă în comerţ, turism şi servicii; - strategii competitive şi comportament concurenţial în comerţ, turism şi servicii; - strategiile mix-ului de marketing în comerţ, turism şi servicii, - elaborarea şi implementarea programului de marketing în comerţ, turism şi servicii. B. Obiective procedurale - Aplicarea conceptelor si teoriilor de marketing în comerţ, turism şi servicii; - Măsurarea și scalarea fenomenelor de marketing în comerţ, turism şi servicii; - Proiectarea și desfășurarea programului de marketing în comerţ, turism şi servicii; C. Obiective atitudinale - Respectarea normelor de deontologie ale profesiilor aferente domeniului marketing; - Comunicare și colaborare în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor sarcini de serviciu.

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	Bunuri materiale şi servicii – analiză comparativă. Civilizaţia şi calitatea serviciilor	2	▪ prelegerea ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic ▪ exerciţiul ▪ dezbaterea cu oponent imaginar	*calculatorul* *(prezentarea în power – point)*
2	Marketingul actual, ca mod de gestionare a unor relaţii profunde cu clienţii. Marketingul holistic al serviciilor	4		
3	Planificarea şi strategia de marketing, pentru edificarea relaţiilor cu clienţii. Strategii pentru produs, preţ, serviciu şi promovarea mărcii. Strategii pentru dezvoltarea noilor produse prin prisma ciclului de viaţă	4		
4	Maximizarea potenţialului de marketing al firmelor de servicii. Identificarea oportunităţilor de piaţă şi elaborarea ofertelor de valoare pentru pieţe ţintă. Segmentare, ţintire şi poziţionare pentru crearea relaţiilor potrivite cu clienţii potriviţi	4		
5	Canalele de marketing şi managementul lanţului ofertei în comerţ, turism şi servicii	4		
6	Comunicaţiile de marketing integrate în comerţ, turism şi servicii	4		
7	Managementul informaţiilor de marketing. Scopul? Obţinerea, retenţia şi creşterea cumpărătorilor	4		
8	Iniţiative ale firmelor în direcţia unui marketing responsabil social	2		

Bibliografie

1. Fisk Peter - ,,*Geniu în marketing*", Editura Meteor Press, București, 2008
2. Gîrboveanu Sorina, Crăciun Liviu, Meghișan Flaviu, Barbu Cătălin - ,,*Marketing în Comerț, Turism și Servicii*", Editura Universității din Pitești, 2009
3. Kotler Philip - ,,*Kotler despre marketing. Cum să creăm, cum să câștigăm și cum să dominăm piețele*", Editura Brandbuilders, București, 2003
4. Kotler Philip, Armstrong Gary - ,,*Principiile marketingului*", Ediția a-III-a, Editura Teora, București, 2004
5. Kotler Philip, Jain Dipak, Maesincee Suvit - ,,*Marketingul în era digitală. O nouă viziune despre profit, creştere şi înnoire*", Editura Meteor Press, Bucureşti, 2009
6. Kotler Philip, Kartajaya Hermawan, Setiawan Iwan - ,,*Marketing 3.0. De la produs la consumator şi la spiritul uman*", Editura Publica Bucureşti, 2010
7. Meghișan Flaviu - ,,*Consumatorul. De la teorie la practică*", Editura Universitaria, Craiova, 2010
8. Meghișan Flaviu - ,,*Economie Comercială*", Editura Universitaria Craiova și ProUniversitaria București, 2013
9. Meghișan Flaviu - ,,*Strategii concurenţiale de marketing*", Editura Universitaria, Craiova, 2007

8.2. Aplicaţii: Seminar	Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite

1.	Comportamentul consumatorului de servicii	4	Dialogul; conversația euristică; dezbatere	În cadrul acestei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării Referatul, fișa didactică
2.	Reacţii ale firmei la evoluţia mediului de marketing	4		
3.	Particularităţi ale mixul de marketing în comerţ, turism şi servicii	4		
4.	Harta serviciului – instrument de conducere a procesului de prestaţie	2		
5.	Marketingul intern – premisă a excelenţei în firmele de servicii	4		
6.	Coordonate ale calităţii în sectorul serviciilor	2		
7.	Previzionarea cererii viitoare în comerţ, turism şi servicii	4		
8.	Evaluarea şi controlul performanţei în marketing	2		
9.	Evaluare finală	2		

Bibliografie:

1. Gîrboveanu Sorina, Crăciun Liviu, Meghișan Flaviu, Barbu Cătălin - ,,*Marketing în Comerț, Turism și Servicii*", Editura Universității din Pitești, 2009
2. Meghișan Flaviu - ,,*Consumatorul. De la teorie la practică*", Editura Universitaria, Craiova, 2010
3. Meghișan Flaviu - ,,*Economie Comercială*", Editura Universitaria Craiova și ProUniversitaria București, 2013
4. Meghișan Flaviu - ,,*Etică în afaceri*", Editura Sitech, Craiova, 2016
5. Meghișan Flaviu – Marketing în comerț, turism și servicii – *manual universitar pentru IFR,* (suport electronic), Pitești, 2017
6. Mlodinow Leonard - ,,*Subliminal. Cum ne determină inconștientul comportamentul*", Editura Humanitas, București, 2013
7. Pine B. Joseph II, Gilmore James H. - ,,*Economia Experienței. Orice afacere e o scenă și tot ceea ce faci e un spectacol*", Editura Publica, București, 2010
8. Solomon Michael, Tissier – Desbordes Elisabeth, Heilbrunn Benoît - ,,*Comportement du consommateur*", 6e édition, Pearson Education Inc./Prentice Hall, 2005
9. Trevisani Daniele - ,,*Psihologia marketingului şi a comunicării*", Editura Irecson, Bucureşti, 2007

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și teoriilor specifice mediului de afaceri însușite la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților comunității epistemice/academice din domeniul științelor economice;
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniul economic.

Notă: În cadrul programelor de formare continuă a personalului didactic va fi evaluat periodic gradul de satisfacție al reprezentanților comunității academice și al angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenții programului de studiu

10. Evaluare:

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea şi exhaustivitatea cunoştinţelor; - coerenţa logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală	30 %
10.5 Seminar	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar, referatelor • Evaluare periodică • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerinţele impuse.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Evaluare periodică • Evaluarea temelor de casă	20% 20% 30%
10.6 Standard minim de performanţă	- Cunoaşterea principalelor concepte specifice marketingului și a particularităților în comerţ, turism şi servicii		

Data completării 19 septembrie 2019 Titular de curs, Titular de seminar,

Data aprobării în Consiliul departamentului, Director de departament, Director de departament,

27 septembrie 2019	(prestator) Conf. Univ. Dr. Mihai Daniela	(beneficiar), Conf. Univ. Dr. Mihai Daniela

FIŞA DISCIPLINEI
Economie comercială
2019 – 2020

1. Date despre program

1.1	Instituţia de învăţământ superior	Universitatea din Piteşti
1.2	Facultatea	Facultatea de Ştiinţe Economice şi Drept
1.3	Departamentul	Management şi Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Licenţă
1.6	Programul de studiu / calificarea	Economia Comerţului, Turismului şi Serviciilor / Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					**Economie comercială**					
2.2	Titularul activităţilor de curs					Conf. univ. dr. Flaviu Meghişan					
2.3	Titularul activităţilor de seminar					Conf. univ. dr. Flaviu Meghişan					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe saptămână	4	**3.2**	din care curs	2	**3.3**	**S /** L / P	2
3.4	Total ore din planul de înv.	56	**3.5**	din care curs	28	**3.6**	**S /** L / P	28

Distribuţia fondului de timp alocat studiului individual	ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe	20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren	20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri	20
Tutorat	3
Examinări	3
Alte activităţi (comunicarea bidirecţională cu titularul de disciplină)	3

3.7	Total ore studiu individual	69
3.8	**Total ore pe semestru**	**125**
3.9	**Număr de credite**	**5**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoaşterea elementelor de Economie, Economia întreprinderii, Marketing, Fundamentarea ştiinţei mărfurilor – studiate în anul I sau în sem. 1 al anului II.
4.2	De competenţe	Capacităţi de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1	De desfăşurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfăşurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenţilor la seminarii - Susţinerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Competenţe specifice vizate

Competenţe profesionale	C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 2 PC C.3. Gestionarea relaţiilor cu clienţii şi furnizorii – 2 PC C.5. Asigurarea calităţii prestaţiilor în comerţ, turism şi servicii – 1 PC
Competenţe transpete	

rs venstra ale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Înţelegerea conceptului și a conținutului disciplinei ,,Economie Comercială", precum și dezvoltarea abilităţilor şi competenţelor specifice utilizării a instrumentarului specific domeniului.
7.2. Obiectivele specifice	A. <u>Obiective cognitive</u> - Familiarizarea cursanţilor cu terminologia, precum şi cu fenomenele şi procesele economice specifice disciplinei Economie Comercială; - Dezvoltarea abilităţilor şi competenţelor specifice utilizării adecvate a instrumentarului specific domeniului ,,Economie Comercială"; - Dezvoltarea capacităţii de analiză şi sinteză a fenomenelor şi proceselor economice în ansamblu, analiza mediului de afaceri şi mercantizarea optimă a spaţiilor de vânzare. B. <u>Obiective procedurale</u> - Înţelegerea rolului comerţului în cadrul economiei naţionale; - Înţelegerea şi aplicarea principiilor economice privind adaptarea ofertei la particularităţile purtătorilor de cerere; - Optimizarea distribuţiei mărfurilor; - Localizarea şi mercantizarea unui spaţiu de vânzare; - Planificarea judicioasă, organizarea şi controlul diferitelor operaţiuni de comerţ; - Eficientizarea tranzacţiilor comerciale. C. <u>Obiective atitudinale</u> - Respectarea normelor de deontologie profesională (a codului deontologic), fundamentate pe opţiuni valorice explicite, specifice specialistului în comerț; - Cooperarea în echipe de lucru pentru eficientizarea activității de comerț; - Evitarea anumitor erori în activitatea de comerț; - Urmărirea corectă a etapelor derulării tranzacțiilor comerciale.

8. Conţinuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	Comerțul și știința economică. Evoluția, locul și rolul comerțului în activitatea economică și socială.	2	▪ prelegerea ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic ▪ exerciţiul ▪ dezbaterea cu oponent imaginar	*calculatorul* *(prezentarea în power – point)*
2	Cererea și oferta de mărfuri	4		
3	Prețul, factor de echilibru între cerere și ofertă	4		
4	Distribuția mărfurilor	4		
5	Organizarea activității de depozitare. Atributele punctului de vânzare.	3		
6	Promovarea comercială.	3		
7	Contingenţa dintre forţa de vânzare şi activitatea comercială..	4		
8	Eficienţa socială a activităţii comerciale. Responsabilitatea şi etica corporativă.	4		

Bibliografie

1. Canton James - ,,*Provocările viitorului*", Editura Polirom, Iaşi, 2010
2. Costandache Mihaela, Ionescu A., *Tehnici comerciale*, Editura Pro Universitaria, Bucureşti, 2012
3. Criveanu Ion - ,,*Economia Comerţului*", Editura Universitaria, Craiova, 2010
4. Drucker Peter - ,,*Despre decizie şi eficacitate*", Editura Meteor Press, Bucureşti, 2007
5. Florian Gyula-Laszlo, *Creşterea competitivităţii firmelor prin raţionalizarea vânzărilor*, Editura ASE, Bucureşti, 2014
6. Friedman Milton, Friedman Rose - ,,*Libertatea de a alege. O declaraţie personală*", Ed. Publica, Bucureşti, 2009
7. Meghişan Flaviu - ,,*Comportamentul consumatorului", Editura Universităţii din Piteşti, 2010*
8. Meghişan Flaviu - ,,*Economie Comercială" - suport de curs în format IFR* (suport electronic), *2017*
9. Meghişan Flaviu - ,,*Economie Comercială" Editura Universitaria Craiova, 2013*

10. Meghişan Flaviu - ,,*Etică în afaceri', Editura Sitech, Craiova, 2016*
11. Meghişan Flaviu - ,,*Strategii concurenţiale de marketing", Editura Universitaria, Craiova, 2007*
12. Patriche Dumitru (coordonator) - ,,*Economie comercială*", Editura Economică, Bucureşti, 1998
13. Teleşpan Constantin - ,,*Economia comerţului*", Editura Psihomedia, Sibiu, 2007

8.2. Seminar: Aplicații		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1.	Prezentarea obiectivelor disciplinei, a competenţelor vizate, distribuirea temelor de casă. Comerţul - obiect al ştiinţei economice, formă a schimbului în economie şi ramură a economiei naţionale	2	Exerciții de reflecție; dialogul; conversația euristică; dezbatere	În cadrul acestei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării Referatul, fișa didactică
2.	Influenţele factorilor economici, demografici şi psihologici asupra cererii şi a ofertei de mărfuri	4		
3.	Consumul, consumatorii și societatea de consum	2		
4.	Analiza ponderii activităţii comerciale în PIB al României	4		
5.	Politici privind vânzările de mărfuri	4		
6.	Amplasarea şi dimensionarea depozitelor comerciale. Localizarea punctului de vânzare. Asortimentul de mărfuri şi servicii.	4		
7.	Comerţului cu amănuntul.	4		
8.	Comerţului cu ridicata.	4		

Bibliografie:

1. Costandache Mihaela, Ionescu A., *Tehnici comerciale*, Editura Pro Universitaria, Bucureşti, 2012
2. Criveanu Ion - ,,*Economia Comerţului*", Editura Universitaria, Craiova, 2010
3. Florian Gyula-Laszlo, *Creşterea competitivităţii firmelor prin raţionalizarea vânzărilor*, Editura ASE, Bucureşti, 2014
4. Friedman Milton, Friedman Rose - ,,*Libertatea de a alege. O declaraţie personală*", Ed. Publica, Bucureşti, 2009
5. Meghişan Flaviu - ,,*Comportamentul consumatorului", Editura Universităţii din Piteşti, 2010*
6. Meghişan Flaviu - ,,Economie Comercială" - suport de curs în format IFR (suport electronic), 2017
7. Meghişan Flaviu - ,,Economie Comercială", Editura Universitaria, Craiova, 2013
8. Meghişan Flaviu - ,,Etică în afaceri", Editura Sitech, Craiova, 2016
9. Teleşpan Constantin - ,,*Economia comerţului*", Editura Psihomedia, Sibiu, 2007

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

1. Înţelegerea rolului comerţului în cadrul economiei naţionale
2. Aplicarea principiilor economice privind adaptarea ofertei la particularităţile purtătorilor de cerere
3. Optimizarea distribuţiei mărfurilor
4. Mercantizarea unui spaţiu de vânzare
5. Eficientizarea tranzacţiilor comerciale.

Notă: În cadrul programelor de formare continuă a personalului didactic va fi evaluat, periodic, gradul de satisfacție al reprezentanților comunității academice și al angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenții programului de studiu

10. Evaluare:

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea şi exhaustivitatea cunoştinţelor; - coerenţa logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală	50 %
10.5 Seminar	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog.	10%
	• Test de verificare	• Testare	10%
	• Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerinţele impuse.	• Evaluarea temei de casă	30%
10.6 Standard minim	Cunoaşterea principalelor concepte utilizate în economia comercială		

de performanță	

Data completării 16 septembrie 2019	Titular de curs, Conf. univ. dr. Flaviu Meghișan	Titular de seminar, Conf. univ. dr. Flaviu Meghișan
Data aprobării în Consiliul departamentului, 27 septembrie 2019	Director de departament, (prestator) Conf. univ. dr. Daniela MIHAI	Director de departament, (beneficiar), Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

FIŞA DISCIPLINEI
Economia serviciilor, *2019-2020*

1. Date despre program

1.1	Instituţia de învăţământ superior	Universitatea din Piteşti
1.2	Facultatea	Facultatea de Ştiinţe Economice şi Drept
1.3	Departamentul	Management şi Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Licenţă
1.6	Programul de studiu / calificarea	Economia Comerţului, Turismului şi Serviciilor / Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					**Economia serviciilor**					
2.2	Titularul activităţilor de curs					Lect. univ. dr. Loredana Tuţă					
2.3	Titularul activităţilor de seminar					Lect. univ. dr. Loredana Tuţă					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe saptămână	4	**3.2**	din care curs	2	**3.3**	**S /** L / P	2
3.4	Total ore din planul de înv.	56	**3.5**	din care curs	28	**3.6**	**S /** L / P	28
Distribuţia fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								15
Tutorat								3
Examinări								2
Alte activităţi (exemplu: comunicarea bidirecţională cu titularul de disciplină)								1

3.7	Total ore studiu individual	69
3.8	**Total ore pe semestru**	**125**
3.9	**Număr de credite**	**5**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Microeconomie, Statistică economică, Economia turismului
4.2	De competenţe	Capacităţi de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1	De desfăşurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector - Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart şi cretă / marker
5.2	De desfăşurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenţilor la seminarii/laboratoare proiecte - Susţinerea testului de verificare - Respectarea termenelor de prezentare a proiectului

6. Competenţe specifice vizate

Competenţe profesionale	C.1. Realizarea prestaţiilor în comerţ, turism şi servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 1 PC C.3. Gestionarea relaţiilor cu clienţii şi furnizorii – 1 PC C.4. Gestionarea şi alocarea resurselor materiale şi financiare – 2 PC
Competenţe transversale transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Însuşirea de către studenţi a unui ansamblu de cunoştinţe teoretice şi practice, a unui sistem de instrumente statistico-matematice capabil să le permită soluţionarea problemelor

	cu care se confruntă sectorul serviciilor.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Explicarea şi interpretarea conceptelor, noţiunilor specifice disciplinei. 2. Dezvoltarea capacităţii de a înţelege, interpreta şi valorifica prin propuneri concrete tendinţele conjucturale din domeniul terţiar. 3. Formarea propriilor convingeri şi concepţii despre modul de formare a ofertei de servicii şi de stabilire a tarifelor în sectorul terţiar 4. Definirea corectă a obiectului de studiu şi stabilirea relaţiilor pe care economia serviciilor le are cu alte ştiinţe. B. Obiective procedurale 1. Corelarea unor experienţe practice cu unele teorii şi modele ce privesc dezvoltarea sectorului serviciilor; 2. Utilizarea corectă a metodelor de analiză a ofertei şi cererii pentru servicii. 3. Folosirea teoriilor şi instrumentelor de cercetare specifice pieţei serviciilor C. Obiective atitudinale 1. Dezvoltarea capacităţii de analiză a contextului global al serviciilor şi a implicaţiilor globalizării asupra dezvoltării economice mondiale şi regionale. 2. Dezvoltarea capacităţii studenţilor de a concepe şi iniţia proiecte de cercetare în servicii. 3. Încurajarea şi stimularea studenţilor în aplicarea rezultatelor obţinute din analize şi din studiul teoretic al disciplinei în rezolvarea unor probleme identificate în activitatea profesională

8. Conţinuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	Conţinutul, caracteristicile şi tipologia serviciilor 1.1. Conceptele de serviciu şi sector terţiar 1.2. Caracteristicile serviciilor 1.3. Tipologia serviciilor	4	▪ prelegerea ▪ expunerea cu material suport ▪ explicația ▪ dezbaterea cu oponent imaginar	*calculatorul (prezentări în power –point)*
2	Locul şi rolul serviciilor în economie 2.1.Sectorul serviciilor: dimensiuni şi interdependenţe 2.2. Rolul serviciilor în dezvoltarea economico-socială	4		
3	Piaţa serviciilor 3.1. Caracteristicile pieţei serviciilor 3.2. Intervenţia statului şi tendinţe de liberalizare în sectorul serviciilor 3.3. Raporturi între piaţa serviciilor şi piaţa bunurilor	4		
4	Oferta, cererea şi tarifele pentru servicii 4.1. Oferta de servicii 4.2. Cererea de servicii 4.3. Tarifele pentru servicii	4		
5	Servicii pentru întreprinderi şi servicii pentru populaţie 5.1. Servicii pentru întreprinderi 5.2. Servicii pentru populaţie	4		
6	Resursele umane şi materiale în sectorul terţiar 6.1. Resursele umane în sectorul terţiar 6.2. Resursele materiale în sectorul terţiar	4		
7	Eficienţa economică şi socială a serviciilor 7.1. Conţinutul şi particularităţile eficienţei în sfera serviciilor 7.2. Criterii de evaluare, indicatori de exprimare şi căi de creştere a eficienţei.	4		

Bibliografie

1. Andreiana Violeta Andreea, Bădicu Georgiana Daniela, *Economie în servicii*, Editura Pro Universitaria, Bucureşti, 2017
2. Bodescu Dan, *Economia serviciilor. Sinteze şi aplicaţii*, Editura "Uon Ionescu de la Brad", Iaşi, 2012
3. Criveanu Ion – *Economia serviciilor*, Editura Sitech, Craiova, 2009
4. Ionaşcu Viorica, Drăguţ Bogdănel, Danielescu Dominic - *Economia serviciilor.Teorie şi aplicaţii.* Editura Pro Universitaria, Bucureşti, 2013
5. Ioncică Maria – *Economia serviciilor.Abordări teoretice şi implicaţii practice*, Editura Uranus, Bucureşti, 2006
6. Ioniţă Roxana, *Economia serviciilor. Manual de studiu individual*, Editura Pro Universitaria, Bucureşti, 2012
7. Maniu Cristina, *Economia serviciilor în epoca contemporană*, Editura Universitară, Bucureşti, 2010
8. Maniu Laura Cristina, Zaharia Marian, Stan Roxana Elena, *Economia serviciilor şi globalizarea*, Editura Universitară, Bucureşti, 2013
9. Maxim Olga Irina, *Economia serviciilor*, Editura Universităţii Aurel Vlaicu, Arad, 2011
10. Miculescu Corina, *Economia serviciilor. Manual de studiu individual*, Editura Eurostampa,Timişoara, 2012
11. Soca Diana, *Piaţa mondială a serviciilor*, Editura Universitară, Bucureşti, 2010
12. Turtureanu Anca Gabriela, *Economia serviciilor*, Editura Fundaţiei Academice Danubius, Galaţi, 2008
13. Tuţă Loredana, Economia serviciilor – suport de curs pentru învăţământul frecvenţă redusă (pe suport electronic),

2016
14. Zaharia Marian, Stan Roxana, Vădineanu Cristina, Busuioc Marian, *Economia serviciilor*, ediţia a II-a, Editura Universitară, Bucureşti, 2007

8.2. Aplicaţii: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competenţelor vizate, distribuirea temelor de casă	2	- dialogul - dezbatere lucru în echipa - conversaţia euristică	Studii de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
2	Caracteristicile şi tipologia serviciilor	2		
3	Corelaţii între dezvoltarea serviciilor şi dezvoltarea economico-socială	3		
4	Previziunea modificărilor structurale cu ajutorul metodei lanţurilor Markov	2		
5	Elasticitatea cererii pentru servicii	3		
6	Valoarea adăugată de servicii	3		
7	Metode de determinare a tarifelor în domeniul serviciilor	2		
8	Servicii pentru întreprinderi şi servicii pentru populaţie	2		
9	Productivitatea muncii în servicii	3		
10	Determinarea necesarului de investiţii în servicii	3		
11	Eficienţa în domeniul serviciilor	3		

Bibliografie
1. Bodescu Dan, *Economia serviciilor. Sinteze şi aplicaţii*, Editura" Ion Ionescu de la Brad", Iaşi, 2012
2. Ioncică Maria, Popescu Delia, Păduren Mihaela, Brînduşoiu Cătălina – *Economia serviciilor.Probleme aplicative*, Editura Uranus, Bucureşti, 2006
3. Ioniţă Roxana, *Economia serviciilor. Manual de studiu individual*, Editura Pro Universitaria, Bucureşti, 2012
4. Miculescu Corina, *Economia serviciilor. Manual de studiu individual*, Editura Eurostampa,Timişoara, 2012
5. Militaru Gheorghe, *Managementul serviciilor,* Editura C.H. Beck, Bucureşti, 2010
6. Turtureanu Anca Gabriela, *Culegere de întrebări, teste şi probleme pentru seminarul de economia serviciilor*, Editura Fundaţiei Academice Danubius, Galaţi, 2008
7. Tuţă Loredana, *Economia serviciilor* – suport de curs pentru învăţământul frecvenţă redusă (pe suport electronic), 2016
8. Untaru Elena Nicoleta, *Economia serviciilor.Aplicaţii, proiecte, studii de caz*, Editura Universităţii din Braşov, 2012
9. www.insse.ro

9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori din domeniul aferent programului

- Competenţele procedurale şi atitudinale ce vor fi achiziţionate la nivelul disciplinei – vor satisface aşteptările angajatorilor din domeniul economic
- Întâlniri periodice cu angajatorii în scopul corelării conţinutului disciplinei şi metodelor de predare cu aşteptările acestora

Notă: Universitate din Piteşti evaluează periodic gradul de satisfacţie al reprezentanţilor angajatorilor faţă de competenţele profesionale şi transversale dobândite de către absolvenţi.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea şi exhaustivitatea cunoştinţelor; - coerenţa logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore)	50%
10.5 Seminar	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic şi a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicaţii asemănătoare celor de la seminarii. • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerinţele impuse.	Expunerea liberă a studentului şi chestionare orală sub formă de dialog. Testare Prezentarea temei de casă. Chestionare orală.	10% 20% 20%
10.6 Standard minim de performanţă	1. Capacitatea de a utiliza metode şi tehnici specifice domeniului serviciilor 2. Cunoaşterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Economia serviciilor" 3. Cunoaşterea caracteristicilor serviciilor şi a categoriilor de servicii		

Data completării 14 septembrie 2019	Titular de curs, Lect. univ. dr. Loredana Tuţă	Titular de seminar, Lect. univ. dr. Loredana Tuţă
Data aprobării în Consiliul departamentului, 27 septembrie 2019	Director de departament, (prestator) Conf. univ. dr. Daniela MIHAI	Director de departament, (beneficiar), Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

FIŞA DISCIPLINEI
Administrarea întreprinderii de comerţ, turism, servicii
2019 – 2020

1. Date despre program

1.1	Instituţia de învăţământ superior	Universitatea din Piteşti
1.2	Facultatea	Facultatea de Ştiinţe Economice şi Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor / Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					**Administrarea întreprinderii de comerţ, turism, servicii**					
2.2	Titularul activităţilor de curs					Prof. univ. dr. Mihaela DIACONU					
2.3	Titularul activităţilor de seminar					Lect. univ. dr. Cristina MICU					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe saptămână	4	**3.2**	din care curs	2	**3.3**	**S** / L / P	2
3.4	Total ore din planul de înv.	56	**3.5**	din care curs	28	**3.6**	**S** / L / P	28
Distribuţia fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren								25
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								10
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activităţi (exemplu: comunicarea bidirecţională cu titularul de disciplină)								2

3.7	Total ore studiu individual	69
3.8	**Total ore pe semestru**	**125**
3.9	**Număr de credite**	**5**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de management, marketing, economia serviciilor, economia tursimului
4.2	De competenţe	Capacitate de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1	De desfăşurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector - Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart şi cretă / marker
5.2	De desfăşurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenţilor la seminarii - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Competenţe specifice vizate

Competenţe profesionale	C.1. Realizarea prestaţiilor în comerţ, turism şi servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 1 PC C.3. Gestionarea relaţiilor cu clienţii şi furnizorii – 1 PC C.4. Gestionarea şi alocarea resurselor materiale şi financiare – 1 PC C.6. Asistenţă în managementul resurselor umane – 1 PC
Competenţe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	**Familiarizarea studenţilor cu mecanismele specifice administrării afacerilor din domeniul comerţului, turismului, serviciilor**
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive - cunoaşterea si înţelegerea conceptelor de bază ale administrării întreprinderii de comerţ, turism şi servicii în contextul societătii europene contemporane - cunoaşterea şi înţelegerea procesului de creare şi livrare a serviciului - cunoaşterea şi înţelegerea rolului managerului în administrarea întreprinderii de comerţ,

	turism şi servicii - cunoaşterea şi înţelegerea abordării strategice şi operaţionale a activităţilor în domeniul comerţului, turismului, serviciilor - cunoaşterea şi înţelegerea abordării activităţii din perspectiva managementului financiar B. Obiective procedurale - înţelegerea specificului administrării întreprinderii de comerţ, tursim, servicii in societatea cunoaşterii - explicarea şi interpretarea proceselor şi fenomenelor la nivel micro şi macro economic în sectorul serviciilor - utilizarea metodelor şi tehnicilor de analiză a strategiilor şi tehnicilor aplicabile in cadrul unei organizaţii prestatoare de servicii; - utilizarea instrumentarului de diagnosticare economico-financiară a organizaţiei prestatoare de servicii - analiza unor situaţii reale din cadrul organizaţiei prestatoare de servicii în scopul identificării de soluţii de îmbunătăţire a performanţelor economico-financiare - capacitatea de a culege şi analiza date şi informaţii cantitative şi calitative pentru a rezolva probleme economice utilizând tehnologii informatice C.Obiective atitudinale - Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opţiuni valorice explicite, specifice specialistului în comerţ, turism, servicii. - Cultivarea unor atitudini constructive în contexte organizaţionale variate.

8. Conţinuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	Serviciile și rolul lor în cadrul economiei naționale	2	▪ prelegerea ▪ exemplificarea ▪ dialogul ▪ expunerea cu material suport ▪ dezbaterea cu oponent imaginar	*calculatorul (prezentarea în power –point)*
2	Principalii agenți economici din domeniul turismului și comerțului	2		
3	Specificul procesului de creare şi livrare a serviciului	4		
4	Coordonatele activităţii psihofuncţionale a organizaţiei prestatoare de servicii	2		
5	Locul şi rolul managerului în administrarea întreprinderii de comerţ, turism servicii	2		
6	Mangementul strategic al activităților de comerţ, turism, servicii	4		
7	Orientarea spre client, obiectiv prioritar al administrării întreprinderii de comerţ, turism, servicii şi modalităţi de fidelizare a clientelei	4		
8	Calitatea în servicii – preocupare permanent a organizațiilor prestatoare de servicii	4		
9	Aspecte esenţiale ale gestionării resursei umane angrenată în activităţi de comerţ, turism, servicii; relaţia satisfacţia clientului-satisfacţia personalului angajat	2		
10	Performanţele economico-financiare ale activităţii unităţilor prestatoare de servicii şi planificarea financiară	2		

Bibliografie

1. Băcanu Bogdan- *Management strategic în turism*, Editura Polirom, Iaşi, 2009
2. Diaconu Mihaela, Micu Cristina-*Administrarea întreprinderii de comerţ, turism, servicii*, Editura Universităţii din Piteşti, 2010, curs pentru IFR
3. Diaconu Mihaela - *Management, marketing în servicii*, Editura Independenta Economica, Pitesti, 2007
4. Drăghici Constantin, Mihai Daniela- *Curs de management al activităţii de comerţ, turism şi servicii turistice*, Editura SITECH, 2007
5. Lupu Nicolae- *Hotelul economie şi management*, ed a Iva,Editura C.H.Beck, 2010
6. Militaru G-*Managementul serviciilor*,Editura C.H.Beck, 2010
7. Nedelea Alexandru, Epure Dănuţ, Tiberiu-*Strategii de dezvoltare a firmelor din comerţ, turism, servicii*, Editura Muntenia 2008
8. Rusu Sergiu, *Antreprenoriat în turism și industria ospitalității,* Editura C.H. Beck, București, 2014
9. Stănciulescu Gabriela, Micu Cristina, *Managementul operaţiunilor în hotelărie şi restauraţie*, Editura C.H. Beck, 2012

8.2. Aplicaţii: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	Modalităţi de organizare a activităţii în comerţ, turism şi servicii- studii de caz	4	- dialogul - dezbatere lucru în echipa - conversaţia euristică	Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exerciţiului, Studii de caz,
2	Implicaţiile caracteristicilor serviciilor asupra activităţii actorilor din piaţa serviciilor- studii de caz	4		
3	Manageri de elită şi afaceri de succes în comerţ, turism , servicii- studii de caz	4		
4	Poziţionarea, diferenţierea, tangibilizarea serviciilor-activităţi	4		

	fundamentale ale strategiei organizaţiei prestatoare de servicii-studii de caz agenţie de turism, unitate bancară, unitate sanitară, unitate de învăţământ etc.			Fascicole din lucrarea practică
5	Tehnici de investigare a gradului de satisfacţie a clienţilor	4		
6	Gestionarea resursei umane în organizaţii prestatoare de servicii; relaţia satisfacţia clientului - satisfacţia personalului angajat - studiu de caz	4		
7	Analiza gestionării resurselor financiare şi a performanţelor economico-financiare în organizaţii din comerţ, turism, servicii - studiu de caz	4		

Bibliografie

1. Băcanu Bogdan - Management strategic în turism, Editura Polirom, Iaşi, 2009
2. Diaconu Mihaela, Micu Cristina - Administrarea întreprinderii de comerţ, turism, servicii, Editura Universităţii din Piteşti, 2010, curs pentru IFR
3. Diaconu Mihaela - Management, marketing în servicii, Editura Independenta Economica, Pitesti, 2007
4. Drăghici Constantin, Mihai Daniela - Curs de management al activităţii de comerţ, turism şi servicii turistice, Editura SITECH, 2007
5. Lupu Nicolae - Hotelul economie şi management, ed a Iva,Editura C.H.Beck, 2010
6. Militaru G. - Managementul serviciilor,Editura C.H.Beck, 2010
7. Nedelea Alexandru, Epure Dănuţ Tiberiu - Strategii de dezvoltare a firmelor din comerţ, turism, servicii, Editura Muntenia 2008
8. Rusu Sergiu - Antreprenoriat în turism și industria ospitalității, Editura C.H. Beck, București, 2014
9. Stănciulescu Gabriela, Micu Cristina - Managementul operaţiunilor în hotelărie şi restauraţie, Editura C.H.Beck, 2012

9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunitaţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori din domeniul aferent programului

- corectitudinea şi acurateţea folosirii conceptelor şi modelelor referitoare la administrarea afacerilor din domeniul comerţului, turismului, serviciilor vor satisface aşteptările reprezentanţilor angajatorilor din domeniul economic
- competenţele procedurale şi atitudinale ce vor fi achiziţionate la nivelul disciplinei – vor satisface aşteptările reprezentanţilor mediului de afaceri

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea şi exhaustivitatea cunoştinţelor; - coerenţa logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate	Evaluare scrisă finală Test de verificare	50% 10%
10.5 Seminar	- capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate; - capacitatea de aplicare în practică	Lucrări scrise: teme, proiecte	40%
10.6 Standard minim de performanţă	Cunoaşterea conceptelor de bază proprii disciplinei şi explicarea interdependenţelor dintre ele, respectiv specificul procesului de creare și livrare a unui serviciu,specificul calității în servicii, modalități de orgaizare a activităților în cadrul organizațiilor din turism, servicii.		

Data completării
18 septembrie 2019

Titular de curs,
Prof. univ. dr. Mihaela DIACONU

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Cristina MICU

Data aprobării în Consiliul departamentului,
27 septembrie 2019

Director de departament,
(prestator)
Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

Director de departament,
(beneficiar),
Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

FIŞA DISCIPLINEI
Analiza strategică a mediului concurenţial în comerţ, turism și servicii
anul universitar: 2019 – 2020

1. Date despre program

1.1	Instituţia de învăţământ superior	Universitatea din Piteşti
1.2	Facultatea	Facultatea de Ştiinţe Economice şi Drept
1.3	Departamentul	Management şi Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Licenţă
1.6	Programul de studiu / calificarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor / Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei						**Analiza strategică a mediului concurenţial în comerţ, turism și servicii**				
2.2	Titularul activităţilor de curs						Conf. univ. dr. Daniela MIHAI				
2.3	Titularul activităţilor de seminar						Conf. univ. dr. Daniela MIHAI				
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe saptămână	3	**3.2**	din care curs	1	**3.3**	**S /** L / P	2
3.4	Total ore din planul de înv.	42	**3.5**	din care curs	14	**3.6**	**S /** L / P	28
Distribuţia fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								1
Examinări								2
Alte activităţi (comunicarea bidirecţională cu titularul de disciplină)								1

3.7	Total ore studiu individual	58
3.8	**Total ore pe semestru**	**100**
3.9	**Număr de credite**	**4**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Economia întreprinderii, Management și Marketing
4.2	De competenţe	Capacităţi de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1	De desfăşurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector și cu tablă / flipchart şi cretă / marker
5.2	De desfăşurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenţilor la seminarii - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Competenţe specifice vizate

Competenţe profesionale	C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 1 PC C.3. Gestionarea relaţiilor cu clienţii şi furnizorii – 1 PC C.4. Gestionarea şi alocarea resurselor materiale şi financiare – 1 PC C.5. Asigurarea calităţii prestaţiilor în comerţ, turism şi servicii – 1PC
Competenţe transversale transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenţilor cu procesul de analiză strategică a mediului concurenţial în comerţ, turism şi servicii.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Definirea corectă a obiectului de studiu al analizei strategice şi corelarea cu celelalte discipline; 2. Cunoaşterea şi înţelegerea conceptelor, abordărilor, teoriilor, modelelor şi metodelor

	din domeniul analizei strategice; 3. Cunoaşterea, înţelegerea şi explicarea printr-o gândire interpretativă a conceptelor, proceselor, fenomenelor, stărilor, ideilor şi tendinţelor în managementul strategic ce implică activităţi de cercetare empirică supervizată; 4. Operarea cu conceptele fundamentale specifice analizei strategice; 5. Însuşirea conceptului de gândire strategică în cadrul afacerilor din comerţ, turism şi industria ospitalităţii. B. Obiective procedurale 1. Selectarea informaţiilor economice relevante pentru realizarea analizei strategice a mediului ambiant din domeniul comerţului, turismului şi serviciilor, în vederea identificării oportunităţilor şi ameninţărilor; 2. Descrierea argumentată a metodologiilor de analiză şi interpretare a informaţiilor economice în vederea realizării analizei strategice; 3. Capacitatea de a fundamenta strategii viabile privind dezvoltarea şi diversificarea mediului de afaceri, pe baza informaţiilor economico-financiare din firme; 4. Capacitatea de a gestiona eficient schimbări şi alte evenimente din organizaţii; 5. Capacitatea de a iniţia, derula şi finaliza proiecte de cercetare ştiinţifică şi de a angaja parteneriate cu organizaţii economice naţionale şi internaţionale. C. Obiective atitudinale 1. Capacitatea de a lucra în echipă; 2. Capacitatea de a acţiona independent şi creativ în abordarea şi soluţionarea problemelor, de a evalua obiectiv şi constructiv stări critice, de a rezolva creativ probleme, cu respectarea normelor deontologice profesionale; 3. Cultivarea unor atitudini constructive în contexte organizaţionale variate.

8. Conţinuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	**Tema Nr. 1** **CONŢINUTUL ŞI METODOLOGIA ANALIZEI STRATEGICE A ORGANIZAŢIEI ÎN MEDIUL CONCURENŢIAL** 1.1. Întreprinderea – obiect al analizei strategice şi mediul său concurenţial (1 oră) 1.2. Conţinutul şi metodologia cadru a analizei strategice în mediul concurenţial (1 oră)	2	▪ prelegerea ▪ conversaţia euristică ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic ▪ exerciţiul ▪ dezbaterea cu oponent imaginar	*calculatorul (prezentarea în power –point)* ▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exerciţiului
2	**TEMA Nr. 2** **METODE DE ANALIZĂ STRATEGICĂ A ACTIVITĂŢII ÎNTREPRINDERILOR** 2.1. Metode de analiză strategică bazate pe evaluarea factorilor lanţului de activităţi intern – extern ale organizaţiei (3 ore) 2.1.1. Segmentarea strategică a sectoarelor de activitate 2.1.2. Analiza SWOT 2.1.3. Matricea BCG 2.2. Metode de analiză strategică bazate pe evaluarea criteriilor atractivităţii şi a forţei afacerii pe piaţă (3 ore) 2.2.1. Matricea General Electric – Mc Kinsey 2.2.2. Matricea Royal Dutch – Shell 2.2.3. Matricea Artur D. Little şi Hofer	6		
3	**TEMA Nr. 3** **ALTERNATIVE STRATEGICE ALE ÎNTREPRINDERII ÎN MEDIUL CONCURENŢIAL** 3.1. Strategii de creştere (3 ore) 3.2. Strategii de consolidare (stabilitate) (2 ore) 3.3. Strategii defensive (1 oră)	6		

Bibliografie

1. Anghel Ioan, *Evaluarea întreprinderii*, Editura Economică, Bucureşti, 2010
2. Baicu Mariana – *Managementul riscului în afaceri*, Editura Fundația România de Mâine, București, 2010
3. Băcanu, B., *Management strategic în turism – Concepte şi studii de caz*, Editura Polirom, Iaşi, 2009.
4. Ciocoiu Carmen Nadia, *Managementul riscului. O abordare integrată*, Editura A.S.E., București, 2014
5. Dalota Marius-Dan, *Managementul strategic al firmei*, Editura Pro Universitaria, 2016
6. Dumitrescu Mihail; Dumitrescu-Peculea Adelina - *Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane*, Editura Economică, București, 2014
7. Eschenbach Rolf, Siller Helmut – *Controlling profesional. Concepte și instrumente*, Editura Economică, București, 2014
8. Gallo Carmine – *Experiența APPLE - Secretele construirii unei relații pe termen lung cu clienții*, Editura Amaltea, București, 2015
9. Ghenea Marius - *Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunităţi şi succes în afaceri*, Editura Universul Juridic, 2011
10. Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar – *Business-to-business Brand Management*, Editura Brandbuilders,

București, 2016
11. Lencioni Patrick – *Cinci tentații ale unui CEO*, Editura Litera, București, 2015
12. Mauborgne, Renee, *Strategia oceanului albastru. Cum să creezi un spaţiu de piaţă necontestat şi să faci concurena irelevantă*, Editura Economică, Bucureşti, 2015
13. Mihai D., Drăghici, C. – *Curs de analiză strategică a mediului concurenţial – manual universitar destinat pregătirii studenţilor I.F.R.*, Editura Universităţii din Piteşti, Piteşti, 2010
14. Mihai, D., Drăghici, C. – *Curs de analiză strategică şi simulări decizionale* – vol. 1, Editura Sitech, Craiova, 2009.
15. Popescu Dumitru Dan, *Practical guide to company analysis*, Editura A.S.E., București, 2011
16. Tanțău Adrian - *Entrepreneurship. Gîndește inovator și pragmatic*, Editura CH Beck, București, 2011.

8.2. Aplicaţii: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei şi a competenţelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat şi distribuirea temelor	2	▪ Dialogul ▪ Lucrul în grup ▪ Exerciţiul ▪ Conversaţia euristică ▪ Dezbaterea cu oponent imaginar	În cadrul primei şedinţe se stabilesc obligaţiile de seminar ale studenţilor şi se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultelor învăţării *Resurse folosite*: • Scurte prezentări în power-point pentru descrierea studiilor de caz și stimularea exerciţiilor • Studii de caz • Simulări pe computer
2	Metodologia de realizare a studiilor de analiză strategică a organizaţiei în mediul concurenţial	4		
3	Analiza corelată a capabilităţii strategice a întreprinderii şi a mediului extern	2		
4	Diagnosticarea situaţiei organizaţiei şi a prestaţiei ei în cadrul mediului concurenţial în care operează, pe baza analizei ratio-urilor economico-financiare relevante	4		
5	Analiza atractivităţii principalelor domenii de analiză strategică (DAS) ale întreprinderii	6		
6	Studii de caz – Analiza corelată a capabilităţii strategice a întreprinderii şi a caracteristicilor mediului său extern: - selectarea domeniilor de analiză strategică (1 oră); - stabilirea tipului de strategie pentru fiecare DAS (1 oră); - aplicarea modelelor matriceale de analiză: ▪ analiza SWOT la organizaţii reprezentative pentru diferite sectoare de activitate (2 ore); ▪ matricea BCG de analiză a portofoliului de produse/servicii ale întreprinderii (2 ore); ▪ matricea General Electric – Mc Kinsey (1 oră); ▪ matricea Artur D. Little (1 oră); ▪ matricea Royal Dutch (1 oră); ▪ matricea Hofel – Schendel a ciclului de viaţă al industriei (1 oră).	10		

Bibliografie
1. Anghel Ioan, *Evaluarea întreprinderii*, Editura Economică, Bucureşti, 2010
2. Ciocoiu Carmen Nadia, *Managementul riscului. O abordare integrată*, Editura A.S.E., București, 2014
3. Dalota Marius-Dan, *Managementul strategic al firmei*, Editura Pro Universitaria, 2016
4. Dumitrescu Mihail; Dumitrescu-Peculea Adelina - *Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane*, Editura Economică, București, 2014
5. Eschenbach Rolf, Siller Helmut – *Controlling profesional. Concepte și instrumente*, Editura Economică, București, 2014
6. Gallo Carmine – *Experiența APPLE - Secretele construirii unei relații pe termen lung cu clienții*, Editura Amaltea, București, 2015
7. Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar – *Business-to-business Brand Management*, Editura Brandbuilders, București, 2016
8. Lencioni Patrick – *Cinci tentații ale unui CEO*, Editura Litera, București, 2015
9. Mauborgne, Renee, *Strategia oceanului albastru. Cum să creezi un spaţiu de piaţă necontestat şi să faci concurena irelevantă*, Editura Economică, Bucureşti, 2015
10. Mihai D., Drăghici, C. – *Curs de analiză strategică a mediului concurenţial – manual universitar destinat pregătirii studenţilor I.F.R.*, Editura Universităţii din Piteşti, Piteşti, 2010
11. Popescu Dumitru Dan, *Practical guide to company analysis*, Editura A.S.E., București, 2011
12. Urbain Caroline, Le Gall-Ely Marine, *Pretul şi strategia de marketing*, Editura CH Beck, Bucureşti, 2011.

9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunitaţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori din domeniul aferent programului

• corectitudinea şi acurateţea folosirii conceptelor şi metodelor de analiză strategică a mediului concurenţial vor satisface aşteptările reprezentanţilor angajatorilor din domeniul comerţului, turismului şi serviciilor; • competenţele procedurale şi atitudinale ce vor fi achiziţionate la nivelul disciplinei – vor satisface aşteptările reprezentanţilor mediului de afaceri. Notă: *Universitatea din Piteşti evaluează periodic gradul de satisfacţie al reprezentanţilor angajatorilor faţă de competenţele profesionale şi transversale dobândite de către absolvenţi.*

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea şi exhaustivitatea cunoştinţelor; - coerenţa logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore): calitatea şi coerenţa tratării celor 2 subiecte abordabile în manieră explicativ – argumentativă (30%) + un subiect de analiză şi interpretare (20%)	50 %
10.5 Seminar	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii. • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerinţele impuse.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	10% 20% 20%
10.6 Standard minim de performanţă	- Cunoaşterea principalelor metode de diagnosticare strategică a afacerii în contextul mediului concurenţial în cadrul căruia evoluează şi elaborarea proiectului individual		

Data completării
12 septembrie 2019

Titular de curs,
Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

Titular de seminar,
Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

Data aprobării în Consiliul departamentului,
27 septembrie 2019

Director de departament,
(prestator)
Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

Director de departament,
(beneficiar),
Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

FIŞA DISCIPLINEI
Servicii şi utilităţi publice
2019 – 2020

1. Date despre program

	Instituţia de învăţământ superior	Universitatea din Piteşti
	Facultatea/Departamentul	Facultatea de Ştiinţe Economice şi Drept
	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4.	Domeniul de studii	Adminstrarea Afacerilor
1.5.	Ciclul de studii	Licenţă
1.6.	Programul de studii/ Calificarea	Economia Comerţului, Turismului şi Serviciilor / Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					**Servicii şi utilităţi publice**					
2.2	Titularul activităţilor de curs					Lect. univ. dr. Nicoleta DASCĂLU					
2.3	Titularul activităţilor de seminar / proiect					Lect. univ. dr. Nicoleta DASCĂLU					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe saptămână	3	**3.2**	din care curs	2	**3.3**	S / L **/ P**	1
3.4	Total ore din planul de înv.	42	**3.5**	din care curs	28	**3.6**	S / L **/ P**	14
Distribuţia fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren								20
Pregătire seminarii/proiecte, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activităţi (comunicarea bidirecţională cu titularul de disciplină)								2

3.7	Total ore studiu individual	58
3.8	**Total ore pe semestru**	**100**
3.9	**Număr de credite**	**4**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Elemente de Management, Microeconomie, Macroeconomie
4.2. de competenţe	Capacităţi de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1	De desfăşurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfăşurare a seminarului/proiectului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenţilor la seminarii / proiecte - Susţinerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Competențe specifice vizate

Competenţe profesionale	C.1. Realizarea prestaţiilor în comerţ, turism şi servicii – 2 PC C.4. Gestionarea şi alocarea resurselor materiale şi financiare – 1 PC C.5. Asigurarea calităţii prestaţiilor în comerţ, turism şi servicii – 1 PC
Competenţe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul	Cunoaşterea serviciilor şi a serviciilor comunitare de utilităţi publice şi explicarea rolului

general al disciplinei	acestora în economie
7.2. Obiectivele specifice	**A. Obiective cognitive** 1. Descrierea structurii şi a modului de funcţionare a componentelor economice şi de administraţie publică 2. Explicarea rolului, interacţiunii şi funcţionării componentelor economice şi de administraţie publică în managementul serviciilor publice 3. Evaluarea serviciilor publice din punct de vedere al efectelor economice şi sociale 4. Dezvoltarea şi implementarea de soluţii pentru serviciile publice care integrează aspectele economice şi de management **B. Obiective procedurale** 1. Identificarea principiilor leadership-ului aplicabile în dezvoltarea serviciilor publice 2. Explicarea influenţei managementului strategic şi a guvernării moderne asupra derulării serviciilor publice 3. Identificarea unor categorii de probleme complexe în sfera serviciilor în administraţia publică şi a metodelor specifice de rezolvare a acestora 4. Explicarea tiparelor de soluţii şi instrumente folosite pentru dezvoltarea serviciilor în administraţia publică **C. Obiective atitudinale** 1. Dezvoltarea de module pentru susţinerea aspectelor economice şi de management ale serviciilor publice 2. Evaluarea serviciilor publice din punct de vedere al efectelor economice şi sociale 3. Dezvoltarea şi implementarea de soluţii pentru serviciile publice care integrează aspectele economice şi de management 4. Dezvoltarea unor strategii de comunicare şi negociere pentru obţinerea efectelor sociale şi de comunicare dorite 5. Evaluarea serviciilor publice din punct de vedere al efectelor sociale şi de comunicare 6. Dezvoltarea şi implementarea de soluţii pentru serviciile publice care integrează managementul strategic şi guvernarea modernă

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	Considerații generale privind serviciile și utilitățile publice	4	▪ prelegerea ▪ conversaţia euristică ▪ dezbaterea cu oponent imaginar	*calculatorul* ▪ Prezentări în power-point
2	Serviciile publice locale de natură administrativă	4		
3	Serviciile comunitare de utilitati publice	4		
4	Agentii economici prestatori de servicii publice	2		
5	Modalităţi de gestiune a serviciilor publice	4		
6	Sistemul de management al serviciilor publice	4		
7	Productivitatea serviciilor publice	2		
8	Sistemul indicatorilor de performanță în cadrul organizatiilor prestatoare de servicii publice	4		

Bibiliografie:

1. Boța Anton Florin, Dascălu Nicoleta, Politci publice şi politici sociale, Editura Sitech, Craiova, 2009.
2. Dascălu Nicoleta, Autonomie locală şi dezvoltare regională, Editura Sitech, Craiova, 2010
3. Dascălu Nicoleta, Politici publice şi politici sociale, Editura Sitech, Craiova , 2011
4. Dascălu Nicoleta, Servicii și utilități publice, suport de curs IFR (suport electronic), 2016
5. Dumitrașcu Vadim, Servicii și utilități publice. Economie. Management. Strategii. Politici, Ed. Universitară, 2016.
6. Iordan Nicola, Managementul serviciilor publice locale. Ediția a 2-a, Ed. C.H. Beck, București, 2010;
7. Iorga Elena, Ercuș Loredana, Managementul serviciilor publice în municipiile din România, București, 2010
8. Miulescu Nicoleta, Servicii publice locale, Editura Universul Juridic, 2010.
9. Plumb Ion, Androniceanu Armenia, Abăluță Oana, *Managementul serviciilor publice,* Ediția a-II-a, Editura ASE, 2008.

8.2. Aplicaţii: Seminar / Proiect		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	Seminar introductiv. Prezentarea conținutului și obiectivelor disciplinei, precizarea metodelor de lucru și a bibliografiei. Serviciile publice şi rolul lor în societate	2	conversaţia euristică exerciţiul dezbaterea lucrul în grup	Se stabilesc obligaţiile de seminar ale studenţilor şi se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor
2	Finanțarea serviciilor publice locale	2		
3	Servicii publice oferite de organizațiile neguvernamentale	2		

4	Practica autoritatilor publice locale în materia organizării și funcționării serviciilor publice locale	4		învăţării Scurte prezentări în
5	Forme de gestionare a serviciilor publice	2		
6	Sistemul indicatorilor de performanta in cadrul organizaţiilor prestatoare de servicii publice	2		

Bibiliografie:

1. Boța Anton Florin, Dascălu Nicoleta, Politci publice şi politici sociale, Editura Sitech, Craiova, 2009.
2. Dascălu Nicoleta, Autonomie locală şi dezvoltare regională, Editura Sitech, Craiova, 2010
3. Dascălu Nicoleta, Politici publice şi politici sociale, Editura Sitech, Craiova, 2011
4. Dascălu Nicoleta, Servicii și utilități publice, suport de curs IFR (suport electronic), 2016
5. Dumitrașcu Vadim, Servicii și utilități publice. Economie. Management. Strategii. Politici, Editura Universitară, 2016.
6. Iordan Nicola, Managementul serviciilor publice locale. Editia 2, Ed. C.H. Beck, București, 2010;
7. Iorga Elena, Ercuș Loredana, Managementul serviciilor publice în municipiile din România, București, 2010
8. Miulescu Nicoleta, Servicii publice locale, Editura Universul Juridic, 2010.
9. Plumb Ion, Androniceanu Armenia, Abăluță Oana, *Managementul serviciilor publice,* Ediția a-II-a, Editura ASE, 2003.

9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

*corectitudinea şi acurateţea folosirii conceptelor şi metodelor specifice serviciilor și utilităților publice vor satisface aşteptările reprezentanţilor angajatorilor din domeniul afacerilor;

*competenţele procedurale şi atitudinale ce vor fi achiziţionate la nivelul disciplinei – vor satisface aşteptările reprezentanţilor mediului de afaceri.

Notă: *Universitatea din Piteşti evaluează periodic gradul de satisfacţie al reprezentanţilor angajatorilor faţă de competenţele profesionale şi transversale dobândite de către absolvenţi.*

10. Evaluare:

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	calitatea şi coerenţa tratării celor 2 subiecte abordabile în manieră explicativ – argumentativă (15%) + un subiect de analiză şi interpretare (15%).	examen scris	30%
10.5 Seminar / proiect	evaluarea lucrărilor individuale şi a participării la dezbateri de analiză şi interpretare + evaluare periodică;	evaluare periodică scrisă evaluare temă de casă	40% 30%
10.6 Standard minim de performanţă	Cunoaşterea conceptelor de bază proprii disciplinei Cunoaşterea conținutului serviciilor şi al serviciilor comunitare de utilităţi publice şi explicarea rolului acestora în economie		

Data completării
19 septembrie 2019

Titular de curs,
Lect. univ. dr. Nicoleta DASCĂLU

Titular de seminar / proiect,
Lect. univ. dr. Nicoleta DASCĂLU

Data aprobării în Consiliul departamentului,
27 septembrie 2019

Director de departament,
(prestator)
Conf univ dr Daniela Mihai

Director de departament,
(beneficiar),
Conf univ dr Daniela Mihai

FIŞA DISCIPLINEI
Practică de specialitate, *anul universitar: 2019 – 2020*

1. Date despre program

1.1	Instituţia de învăţământ superior	Universitatea din Piteşti
1.2	Facultatea	Facultatea de Ştiinţe Economice şi Drept
1.3	Departamentul	Management şi Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Licenţă
1.6	Programul de studiu / calificarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor / Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					**Practică de specialitate**					
2.2	Titularul activităţilor de curs					-					
2.3	Titularul activităţilor de seminar/ proiect					Lect. univ. dr. Cristina MICU					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe saptămână	6	**3.2**	din care curs	-	**3.3**	**S** / L / **P**	6
3.4	Total ore din planul de înv.	84	**3.5**	din care curs	-	**3.6**	**S** / L / **P**	84
Distribuţia fondului de timp alocat studiului individual								
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe								-
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren								-
Pregătire seminarii/proiecte, teme, referate, portofolii, eseuri								-
Tutorat								-
Examinări								-
Alte activităţi (comunicarea bidirecţională cu titularul de disciplină)								-

3.7	Total ore studiu individual	-
3.8	**Total ore pe semestru**	**84**
3.9	**Număr de credite**	**3**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Microeconomie, Management, Economia turismului, Economie comercială
4.2	De competenţe	Capacităţi de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1	De desfăşurare a cursului	-
5.2	De desfăşurare a seminarului/ proiectului	- Convenția cadru de desfășurare a stagiului de practică - Respectarea orarului de practică și a termenului de predare proiectului

6. Competenţe specifice vizate

Competenţe profesionale	C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 1PC C.3. Gestionarea relaţiilor cu clienţii şi furnizorii – 1PC C.5. Asigurarea calităţii prestaţiilor în comerţ, turism şi servicii – 1PC
Competenţe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu problematica organizării şi gestionării activităţii organizației de comerţ, turism sau servicii
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective procedurale 1. Abilitatea de a interpreta printr-o gândire logică aspectele legate de organizarea şi funcţionarea societăţilor comerciale. 2. Capacitatea de concepere şi conducere a proceselor specifice domeniului comerţului, turismului și serviciilor. 3. Selectarea informaţiilor economice relevante pentru soluţionarea diverselor probleme concrete din domeniul comerţului, turismului şi serviciilor şi utilizarea lor integrată în fundamentarea deciziei optime.

	B. Obiective atitudinale 1. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opţiuni valorice explicite, specifice specialistului în comerţ, turism, servicii. 2. Capacitatea de a lucre în echipă; 3. Cultivarea unor atitudini constructive în contexte organizaţionale variate.

8. Conţinuturi

8.1. Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
-			
8.2. Aplicaţii: seminar/proiect	Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1. Prezentarea, descrierea şi caracterizarea firmei şi a activităţii curente: - elementele de identificare a firmei, cadrul legislativ, statutul juridic, capitalul social al firmei; - scurt istoric al firmei; - obiectul de activitate al firmei; - descrierea serviciilor prestate - modul de organizare şi conducere a firmei; - analiza activităţilor curente desfăşurate de firmă; - sistemul de organizare şi coordonare a activităţilor.	8	▪ conversaţia euristică ▪ lucrul în grup	Consultarea documentelor oficiale – statutul firmei; organigrama; Regulamentul de organizare şi funcţionare; Regulamentul de ordine internă; fişe de post; diagrame de relaţii etc. ■ Lucrarea practică
2. Analiza modului de organizare a activităţii firmei: - structura organizatorică de ansamblu a firmei şi organigrama unităţii: număr de angajaţi (permanenţi si sezonieri, nivel de pregătire, funcţii deţinute, grupe de vârstă), atribuţii; - structura organizatorică a principalelor subdiviziuni ale firmei; - relaţiile organizatorice implicate; - personalul de conducere şi execuţie, fişe de post, Regulament de organizare şi funcţionare, alte regulamente interne; - organizarea procesuală a firmei; - funcţiunile firmei – modul de manifestare şi exercitare (cercetare-dezvoltare, producţie – dacă este cazul, comercială, financiar-contabilă şi de personal) - contribuţia principalelor componente ale organizării procesuale la realizarea obiectivelor firmei.	8	▪ conversaţia euristică ▪ exerciţiul ▪ lucrul în grup	Discuţii cu tutorele şi consultarea documentelor din care reies particularităţile subsistemului organizatoric. ■ Lucrarea practică
3. Analiza stării actuale a sistemului de management al firmei: - studiul actualului sistem de management – procesele de conducere şi de execuţie, exercitarea funcţiilor managementului (previziune, organizare, coordonare, antrenare, control-evaluare); - analiza subsistemului organizatoric al entităţii – organigrama, personalul de conducere şi execuţie, fişe de post, Regulament de organizare şi funcţionare, alte regulamente interne; - analiza subsistemului informaţional al entităţii – sistemul informaţional, sistemul informatic, fluxuri şi circuite informaţionale, modalităţi de stocare şi vehiculare a datelor; - analiza subsistemului decizional al entităţii – respectarea cerinţelor de raţionalitate privind decizia şi a metodologiei de fundamentare, adoptare şi implementare; - analiza subsistemului metodologic al sistemului de management – sisteme, metode si tehnici de conducere utilizate în cadrul entităţii studiate.	8	▪ conversaţia euristică ▪ exerciţiul ▪ lucrul în grup	Discuţii cu tutorele în vederea identificării particularităţilor subsistemelor componente ale sistemului de management şi identificarea unor posibilităţi de perfecţionare a acestora. ■ Fascicol din Lucrarea practică
4. Analiza mediului intern al firmei:	8	▪ conversaţia	Consultarea documentelor

- generalităţi referitoare la situaţia financiară a firmei; - descrierea produselor/serviciilor; - pragul de rentabilitate la nivelul firmei, precum şi pragul de rentabilitate pentru un produs sau serviciu prestat de firmă; - analiza performanţelor strategiei comerciale; - resursele umane implicate; - descrierea climatului şi culturii organizaţionale; - procesarea documentelor din cadrul companiei; - interpretarea dinamicii mediului intern.		euristică ▪ lucrul în grup ▪ exerciţiul	oficiale şi discuţii cu tutorele în vederea identificării, analizei şi interpretării relaţiilor organizatorice implicate şi a contribuţiei subdiviziunilor întreprinderii la realizarea obiectivelor firmei. ■ Lucrarea practică
5. Analiza micromediului firmei: - furnizorii, prestatorii de servici şi intermediarii – modul de organizare a relaţiilor firmei cu furnizorii (relaţii precontractuale, relaţii contractuale şi relaţii postcontractuale); - concurenţii – structura pieţei vizate; - clienţii unităţii: numărul acestora pe ultimii 5 ani (un grafic sugestiv în acest sens); structura acestora după caracteristicile sociale (vârstă, sex, venituri, pregătire, domiciliu etc.); - organismele publice (atitudinea publicului, mass-media, instituţii locale, organizaţii cetăţeneşti, ONG-uri ş.a.).	8	▪ conversaţia euristică ▪ lucrul în grup ▪ exerciţiul	Consultarea documentelor oficiale şi discuţii cu tutorele în vederea identificării factorilor micromediului (clienţi, furnizori, concurenţi etc.) şi analiza influenţei exercitate de aceştia asupra întreprinderii. ■ Lucrarea practică
6. Analiza macromediului firmei: - analiza STEP; - contextul legislativ şi ecologic şi impactul său asupra firmei; - oportunităţi şi ameninţări cu care se confruntă firma;	4	▪ conversaţia euristică ▪ lucrul în grup.	Discuţii cu tutorele în vederea identificării particularităţilor determinanţilor contextuali ai macromediului şi interpretării lor. ■ Lucrarea practică
7. Analiza indicatorilor economico-financiari pentru perioada 2014-2016: -cifră de afaceri, venituri, cheltuieli, rezultatul exercițiului; - determinarea ratelor de rentabilitate.	8	▪ conversaţia euristică ▪ exerciţiul ▪ lucrul în grup	Consultarea documentelor oficiale şi discuţii cu tutorele ■ Lucrarea practică
8. Identificarea şi fundamentarea strategiilor firmei prin prisma mediului ambiant: - viziunea şi misiunea firmei; - prezentarea obiectivelor fundamentale; - opţiunile strategice ale firmei (mijloace de realizare a obiectivelor); - resurse necesare; - termene intermediare şi finale de realizare a obiectivelor; - avantajul competitiv al organizaţiei.	8	▪ conversaţia euristică ▪ lucrul în grup ▪ exerciţiul	Discuţii cu tutorele şi consultarea documentelor din care reies obiectivele pe termen scurt, mediu şi lung ale firmei, analiza realităţii lor şi formularea propunerilor de perfecţionare a strategiei firmei, prin reconsiderarea componentelor acesteia. ■ Lucrarea practică
9. Strategii şi politici implementate în cadrul firmei: - tacticile adoptate şi politicile aferente principalelor domenii ale activităţii firmei; - tipul de strategie managerială abordată; - politica sistemului informaţional; - politica de personal; - managementul creanţelor şi disponibilităţilor băneşti la nivelul firmei; - dezvoltarea / diversificarea producţiei şi/sau a activităţilor.	8	▪ conversaţia euristică ▪ lucrul în grup ▪ exerciţiul	Discuţii cu tutorele şi consultarea documentelor privind detalierea strategiei de ansamblu în politici specifice domeniilor principale ale activităţii firmei, Interpretarea rezultatelor analizelor şi formularea concluziilor în urma observaţiilor personale cu privire la politicile firmei. ■ Lucrarea practică
10. Elaborarea planului de marketing al firmei: - politica de produs; - politica de distribuţie; - politica de preţ: nivelul şi modul de stabilire a comisioanelor, preţurilor, tarifelor practicate de societate; - politica de comunicare: fundamentarea bugetului, modalităţi de promovare a ofertei; structura mixului de comunicare; - politica forţei de vânzare.	8	▪ conversaţia euristică ▪ exerciţiul ▪ lucrul în grup	Consultarea documentelor specifice funcţiunii comerciale a firmei şi discuţii cu tutorele din care reies particularităţile relaţiilor cu furnizorii, piaţa, clienţi existenţi şi potenţiali, concurenţii, elementelor aferente ciclului de comunicare şi orientare către clienţi. ■ Lucrarea practică
11. Propuneri de îmbunătăţire a activităţii fimei:	8	▪ conversaţia	Analiza dinamică a mediului

- comunicare şi orientare către clienţi; - atribuţiile profesionale ale consultanţilor vânzări, agenţilor de vânzări şi lucrători comerciali; - strategia de promovare a produselor/serviciilor; materiale şi modalităţi de promovare a ofertei/ produselor comercializate (exemplificare cu pliante şi alte materiale, acţiuni de promovare a vânzărilor-oferte speciale şi altele); - oportunităţi de dezvoltare.		euristică ▪ lucrul în grup	de afaceri pe pieţele unde firma ar dori să se extindă şi evidenţierea elementelor aferente strategiei de atragere a clienţilor, pe baza discuţiilor cu tutorele. ■ Lucrarea practică

Bibliografie

1. Ciocoiu Carmen Nadia, Managementul riscului. O abordare integrata, Editura A.S.E., București, 2014
2. Coros, Monica Maria, *Managementul cererii și ofertei turistice,* Editura C.H. Beck, 2015.
3. Dalota Marius-Dan, Managementul strategic al firmei, Editura Pro Universitaria, 2016
4. Diaconu Mihaela- Managementul calității in comerț, turism, servicii, Editura Universității din Pitești, 2017
5. Dumitrescu Mihail; Dumitrescu-Peculea Adelina - Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane, Editura Economică, București, 2014
6. Eschenbach Rolf, Siller Helmut – *Controlling profesional. Concepte și instrumente*, Editura Economică, București, 2014
7. Ghenea Marius - Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunităţi şi succes în afaceri, Editura Universul Juridic, 2011
8. Kotler_Philip, Pfoertsch Waldemar – *Business-to-business Brand Management*, Editura _Brandbuilders, București, 2016
9. Lupu, Nicolae, *Hotelul. Economie şi management. Ediţia a VI a,* Editura C.H. Beck, Bucureşti, 2010.
10. Maniu Laura Cristina, Zaharia Marian, Stan Roxana Elena, *Economia serviciilor şi globalizarea*, Editura Universitară, Bucureşti, 2013
11. Meghişan Flaviu - *Economie Comercială*, Editura Universitaria Craiova, 2013
12. Mihai D., Brutu M.,, Managementul aprovizionării şi vânzării – Fundamente teoretice şi teste grilă, Editura Universităţii din Piteşti, Piteşti, 2014
13. Mihai Daniela, Brutu Mădălina, Management – Fundamente teoretice. Teste grilă. Aplicaţii, Editura Universităţii din Piteşti, Piteşti, 2014
14. Militaru, Gh. – Managementul serviciilor, Editura C.H. Beck, Bucureşti, 2010
15. Popescu Dumitru Dan, Practical guide to company analysis, Editura A.S.E., București, 2011
16. Secară Carmen **-** *Tendinţe şi practică în domeniul managementului resurselor umane,* Editura Sitech, Craiova, 2014
17. Sergiu Rusu, *Antreprenoriat în turism și industria ospitalității,* Editura C.H. Beck, București, 2014
18. Stănciulescu Gabriela, Micu Cristina- Managementul operaţiunilor în hotelărie şi restauraţie, Editura C.H.Beck, 2012
19. Stănciulescu Gabriela, State Olimpia, Tehnica operațiunilor de turism intern și internațional, Editura C.H. Beck, București, 2013.
20. Stănciulescu Gabriela, *Managementul agenției de turism,* Editura ASE, București, 2013.

9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

- corectitudinea şi acurateţea folosirii conceptelor însuşite la nivelul disciplinei vor satisface aşteptările reprezentanţilor comunităţii academice din domeniul Administrării Afacerilor.
- competenţele procedurale şi atitudinale ce vor fi achiziţionate la nivelul disciplinei vor satisface aşteptările reprezentanţilor asociaţiilor profesionale şi angajatorilor din domeniile Comerţ, Turism şi Servicii.

Notă: *Practica se finalizează cu susţinerea* ***colocviului de practică****, la care studenţii vor prezenta:*
a) **Adeverinţa** eliberată de unitatea la care au efectuat practică;
b) **Caietul de practică** - completat pe parcursul perioadei de practică;
c) **Proiectul de practică**, întocmit în conformitate cu structura stabilită.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	-	-	-
10.5 Seminar / Proiect	- analiza caietului de practică prezentat de către student; - relevanţa activităţilor desfăşurate în formarea profesională; - forma de prezentare, conţinutul şi valoarea rezultatelor obţinute prin efectuarea temei de studiu aleasă sau a proiectului de cercetare elaborat; - deprinderile şi cunoştinţele dobândite; - evaluarea modului de susţinere a raportului de practică în faţa comisiei de evaluare.	- Evaluare finală (oral); - Caiet de practică; - Proiect de practică	30% 30% 40%
10.6 Standard minim de performanţă	Elaborarea și susținerea proiectului de practică Întocmirea și prezentarea caietului de practică		

Data completării Titular de curs, Titular de seminar/proiect,

20 septembrie 2019	-	Lect. univ. dr. Cristina MICU
Data aprobării în Consiliul departamentului, 27 septembrie 2019	Director de departament, (prestator) Conf. univ. dr. Daniela MIHAI	Director de departament, (beneficiar), Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

FIŞA DISCIPLINEI
Educaţie fizică, *2019-2020*

1. Date despre program

1.1	Instituţia de învăţământ superior	Universitatea din Piteşti
1.2	Facultatea	Facultatea de Ştiinţe Economice şi Drept
1.3	Departamentul	Management şi Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Licenţă
1.6	Programul de studii / Calificarea	Economia Comerţului, Turismului şi Serviciilor / Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					**EDUCAŢIE FIZICĂ**					
2.2	Titularul activităţilor de curs					-					
2.3	Titularul activităţilor de seminar					Asist. univ. dr. VIȘAN Paul Florinel					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe saptămână	1	**3.2**	din care curs	-	**3.3**	**S /** L / P	1
3.4	Total ore din planul de înv.	14	**3.5**	din care curs	-	**3.6**	**S /** L / P	14

Distribuţia fondului de timp alocat studiului individual	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe	-
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren	4
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri	4
Tutoriat	2
Examinări	-
Alte activităţi (comunicarea bidirecţională cu titularul de disciplină)	1

3.7	Total ore studiu individual	11
3.8	**Total ore pe semestru**	**25**
3.9	**Număr de credite**	**1**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	-
4.2	De competenţe	-

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1	De desfăşurare a cursului	
5.2	De desfăşurare a seminarului	Teren Sport Bitum/iarbă, Sală Fitness/Sală Sport, "Gh. Doja" Nr. 41, Piteşti; mingi, vestuţe de departajare, jaloane, cercuri, competuri şi alte materiale auxiliare; prezenţa studenţilor la seminar

6. **Competenţe specifice viz**ate

Competenţe profesionale	
Competenţe transversale	• CT2. Identificarea rolurilor şi responsabilităţilor într-o echipă plurispecializată şi aplicarea de tehnici de relaţionare şi muncă eficientă în cadrul echipei – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Conştientizarea rolului şi importanţei practicării exerciţiilor fizice cât şi îmbunătăţirea stării generale de sănătate
7.2 Obiectivele specifice	***Obiective atitudinale***: OA1 - formarea convingerilor şi deprinderilor de practicare independentă a exerciţiilor fizice şi a sporturilor preferate, în scop igienic, deconectant; OA2 - îmbunătăţirea continuă a stării de sănătate, a vigorii fizice, psihice precum şi a dezvoltării corporale armonioase; OA3 - ridicarea nivelului general de motricitate şi însuşirea elementelor de bază din practica unor ramuri sportive; OA4 - formarea şi consolidarea unui sistem de cunoştinţe practice şi teoretice (didactice, metodice, tehnice, organizatorice) în concordanţă cu sarcinile generale ale învăţământului superior; OA5 - modelarea stărilor psihocomportamentale şi transpunerea acestora în practica vieţii sociale (fair-play, spirit de echipă, responsabilitate, perseverenţă, hotărâre, încredere, stăpânire de sine etc.); OA6 - formarea unei conduite favorabile şi a unui stil de viaţă sănătos, mental şi fizic prin practicarea activităţilor cu specific sportiv; OA7 - desfăşurarea unor activităţi sportive care să contribuie la menţinerea unui aspect fizic plăcut; OA8 - stimularea interesului pentru sport şi mişcare, ca modalitate de menţinere a stării de sănătate şi de influenţare a unei evoluţii corecte şi armonioase a organismului. ***Obiective procedurale***: OP1 – exersarea deprinderilor în vederea realizării capacităţii de organizare a sarcinilor care le vor avea ca organizatori de activităţi educative cu caracter sportiv;

8. Conţinuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1				
8.2. Aplicaţii: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	**Iniţierea oportună a acţiunilor tactice individuale în întreceri.** ***Baschet : procedee tehnice:*** ***în apărare***: poziţia fundamentală: înaltă, medie, joasă, deplasare laterală cu paşi adăugaţi, către dreapta şi către stânga, deplasare cu paşi adăugaţi, către înainte şi către înapoi, alergare laterală către dreapta şi către stânga, oprirea şi pivotarea, schimbarea direcţiei din alergarea laterală şi deplasarea laterală cu paşi adăugaţi, săriturile pe un picior din deplasare şi pe ambele picioare, de pe loc şi din deplasare ***în atac:*** *în jocul fără posesia mingii:* poziţia fundamentală, alergare de viteză, schimbarea tempoului, alergării, oprirea şi pivotarea, alergare laterală, schimbările de direcţie din alergarea normală şi laterală, săriturile pe un picior din deplasare şi pe ambele picioare de pe loc şi din deplasare *în jocul cu posesia mingii:* pasele de pe loc şi din deplasare: cu o mână şi cu ambele mâini de la piept, de jos, de sus, din lateral, din cârlig, directe şi cu pământul, la diferite distanţe şi către diferite direcţii driblingul pe loc şi în deplasare: cu variaţia înălţimii şi a ,tempoului alergării, cu fiecare mână, cu viteză maximă, cu fiecare mână, driblingul cu schimbarea direcţiei:, cu trecerea mingii prin faţă, cu trecerea mingii prin spate, cu trecerea mingii printre picioare, cu piruetă, cu fiecare mână, aruncările la coş: din dribling şi din alergare: cu fiecare mână, de sus, de jos, în cârlig, de pe loc cu o mână, din faţă şi de deasupra capului, din săritură. ***BASCHET Acţiuni tactice individuale de atac:*** demarcarea pentru intrarea în posesia mingii; pătrunderea; fenta de pasare, de depăşire şi de aruncare; depăşirea şi aruncarea la coş sau pasarea mingii;	4	conversaţia, demonstraţia, exersarea, observaţia, imitaţia, modelarea	

	recuperarea după aruncarea la coş nereuşită, proprie şi a coechipierilor. ***Acţiuni tactice individuale de apărare:*** marcajul între atacant şi coş; marcajul între atacant şi minge. ***FOTBAL: procedee tehnice*** ***a. procedee tehnice însuşite anterior:*** lovirea mingii cu piciorul; preluarea mingii; conducerea mingii însoţită de mişcări înşelătoare şi de protejare cu corpul şi piciorul; lovirea mingii cu capul din alergare şi din săritură, cu bătaie pe unul sau ambele picioare; aruncarea de la margine – de pe loc, cu elan; lovitura de la colţ; structuri tehnice învăţate anterior şi învăţarea altora noi finalizarea din alergare; ***b. procedee tehnice noi:*** lovirea mingii cu călcâiul, prin deviere cu şiretul exterior, latul sau exteriorul labei piciorului, din semivole, preluarea mingii: cu capul prin amortizare, cu talpa prin ricoşare lovirea mingii cu capul: din alergare, din alergare cu săritură, din plonjon - de pe loc şi din alergare şutul la poartă din situaţi/ poziţii variate ***pregătire tehnică individualizată*** ***c. procedee tehnice specifice postului de portar:*** prinderea, boxarea şi devierea mingii; blocarea mingii; repunerea mingii în joc cu mâna şi cu piciorul; degajarea mingii statice sau aflată în mişcare. ***Procedee tehnice specifice, recomandate individual*** de manevrare, de finalizare, de deposedare a adversarului			
2	**Să declanşeze şi să se integreze în acţiunile tactice colective pe parcursul jocului.** ***Jocuri de miscare adaptate varstei: Al treilea fuge, Crabii si crevetii, prinsea pe perechi, Mingea la capitan.*** ***Stafete si parcursuri aplicative cu elemente din jocurile sportive.*** ***Jocuri pe spaţii reduse de 2x2, 3x3, 4x4, 5x5, Fotbal, Tenis, Badminton;*** ***Jocuri pe spaţii reduse de 2x2, 3x3, 4x4, 5x5, Volei, Baschet, Tenis de masă***	3	conversaţia, demonstraţia, exersarea, observaţia, imitaţia, modelarea	
3	**Manifestarea în întreceri a trăsăturilor psihomotrice, dominante, specifice baschetului/ voleiului/ handbalului/ fotbalului, desfăşurate în cadrul orei de educaţie fizică;** ***Îmbunătăţirea calităţilor motrice de bază şi specifice unor ramuri sportive***: creşterea forţei la nivelul marilor grupe musculare (membre, abdomen, spate); îmbunătăţirea vitezei de deplasare, reacţie, execuţie, repetiţie; sporirea rezistenţei aerobe şi anaerobe, specifică şi generală; ameliorarea indicilor de coordonare generală şi îndemânare specifică diferitelor ramuri sportive. ***Optimizarea motricităţii generale*** :formarea capacităţii de a utiliza deprinderile aplicativ-utilitare în cadrul unor solicitări variate; parcurgerea repetată a unor trasee aplicative (sărituri, târâri, echilibru, căţărări şi transport).	3	conversaţia, demonstraţia, exersarea, observaţia, imitaţia, modelarea	
4	**Creşterea / menţinerea nivelului de manifestare a calităţilor motrice proprii, conform recomandărilor profesorului** ***Metode şi mijloace de dezvoltare:*** a forţei explozive în diferite regiuni; a vitezei de reacţie, de execuţie, de repetiţie, de deplasare; a rezistenţei la eforturi aerobe; a îndemânării în manevrarea mingii; a mobilităţii şi supleţei musculare. ***Gimnastica de bază şi sportivă***: exerciţii de front şi formaţie; variante de mers şi alergare; trasee aplicative combinate cu elemente de alergare, echilibru, escaladare, târâre, căţărare, transport; exerciţii sub formă de joc; elemente dinamice din gimnastica acrobatică (rostogoliri, răsturnări, roţi laterale etc.).	2	Metode - practice, intuitive, verbale şi evaluative	
5	**Utilizarea adecvată în întreceri / concursuri a procedeelor**	2	Metode -	

	tehnice însuşite. ***Jocuri sportive: baschet, handbal, fotbal, volei:*** exerciţii simple pentru poziţii fundamentale, asezare şi deplasare în teren, în atac şi apărare; exerciţii de preluare, prindere şi pasare a mingii, de pe loc şi din deplasare; exerciţii de finalizare a acţiunilor tehnice şi tehnico-tactice simple; exerciţii de marcaj şi demarcaj; complexe de exrciţii tehnico-tactice elementare; practicarea globală a jocului pe terenuri reduse şi pe terenuri normale, cu efective diferite. ***Jocuri pe spaţii reduse de 2x2, 3x3, 4x4, 5x5, Competiţie Studenţească pe ramuri de sport;*** **Verificare practică: Norme de control specifice** ***Handbal*** ***Testare*** – dribling printre jaloane, aruncare la poartă prin procedeu la alegere. Pasă plecare pe contraatac, reprimire dribling şi aruncare la poartă din săritură. ***Fotbal*** ***Testare*** – dribling printre jaloane, sut la poartă. Pasă plecare pe contraatac, reprimire dribling şi sut la poartă din afara careului. Joc bilateral. ***Volei*** ***Testare*** – pase in doi de sus si de jos, pase la perete numar de repetari. Pasă plecare pe contraatac, lovitura de atac . Joc bilateral. ***Baschet*** ***Testare*** – dribling printre jaloane, aruncare la cos prin procedeu la alegere. Pasă plecare pe contraatac, reprimire dribling şi aruncare la cos din săritură. Joc bilateral		practice, intuitive, verbale şi evaluative	

Bibliografie

******* Regulamente pe ramuri de sport – *Atletism, Baschet, Badminton, Handbal, Fotbal, Volei,* elaborate de Federaţiile sportive.

Drăgan, I., (2010), *Din secretele sănătăţii cei 2 M Mişcarea şi Mâncarea*, Editura Bogdana, Bucureşti.

Mihăilescu, L., Mihăilescu, N., (2011), *Atletism în sistemul educaţional*, Editura Universităţii din Piteşti.

Niculescu, I., (2013), *Jocuri dinamice,* Editura Universităţii din Piteşti.

Opriş Florentina, (2012), *Sport, Dietă & Vedete*, Editura Litera, Bucuresti.

Stoica Alina, (2014*), Gimnastică aerobică, Fundamente teoretice şi practico-metodice*, Editura Brend, Bucuresti.

Vladu, L., Marinescu, A., Amzăr, L., (2013), *Sănătate prin sport*, Editura Universităţii Craiova.

http://fr.groups.yahoo.com/group/fan_sanatate_grup_pe_internet/message/283

http://www.plantelevietii.ro/greutate.html

http://www.florentina.ro/index.php?cat_id=371

9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori din domeniul aferent programului

Conţinutul disciplinei este în concordanţă cu cerinţele actuale ale societăţii, cu nevoia studenţilor de compensare a muncii intelectuale intensive şi mai ales de menţinere a unei stări de sănătate optime. Considerăm că incluziunea studenţilor de piaţa muncii este condiţionată si de capacitatea fizică de a depune efort, de capacitatea de socializare, de starea de sănătate bună, de adoptare a unui stil de viaţă sănătos, acestea fiind unele din efectele participării studenţilor la orele de educaţie fizică universitară.

Notă: *Universitatea din Piteşti evaluează periodic gradul de satisfacţie al reprezentanţilor angajatorilor faţă de competenţele profesionale şi transversale dobândite de către absolvenţi.*

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs			
10.5 Seminar	- participarea activă la seminar, - gradul de încadrare în cerinţele impuse; - gradul de însuşire a competenţelor testate la evaluarea parțială.	Activitate seminar Testare 1 Testare 2 Evaluare finală	10 30 30 30
10.6 Standard minim de performanţă	Achiziţionarea cel puţin a primelor 5 puncte componente ale competenţelor profesionale precizate mai sus.		

Promovarea studenţilor scutiţi medical (SM), se va face pe baza îndeplinirii cerinţelor precizate în Procesul Verbal:

prezenţa la oră în echipament sportiv, prezentare SM, scutit medical total sau parţial, activitate de şah sau gimanstică medicală (după caz); Evaluarea finală se va realiza după caz, prin competiţii de şah sau prezentare orală a unui referat cu temă prestabilită de către cadrul didactic, cu trimitere specifică asupra activităţii de Educaţie Fizică şi Sport.

La finalul semestrului procentajul se va transforma în calificativ ADMIS/RESPINS.

Data completării 16 septembrie 2019	Titular de curs, -	Titular de seminar, Asist. univ. dr. VIȘAN Paul Florinel
Data aprobării în Consiliul departamentului, 27 septembrie 2019	Director de departament, (prestator) Prof. univ. dr. Marian Crețu	Director de departament, (beneficiar), Conf. univ. dr. Daniela Mihai

FIŞA DISCIPLINEI
Resurse și destinații turistice
anul universitar: 2019 - 2020

1. Date despre program

1.1	Instituţia de învăţământ superior	Universitatea din Piteşti
1.2	Facultatea	Facultatea de Ştiinţe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management şi Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Licenţă
1.6	Programul de studiu / calificarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor / Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					**Resurse și destinaţii turistice**					
2.2	Titularul activităţilor de curs					Lect. univ. dr. TOMA Smaranda					
2.3	Titularul activităţilor de seminar / laborator					Lect. univ. dr. TOMA Smaranda					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	A

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe saptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de înv.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuţia fondului de timp alocat studiului individual								
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren								10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activităţi								2

3.7	Total ore studiu individual	44
3.8	**Total ore pe semestru**	**100**
3.9	**Număr de credite**	**4**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	cunoştinţe de la disciplinele Economia Turismului, Marketing în Comerţ, Turism şi Servicii, Administrarea Întreprinderii de Comerţ, Turism şi Servicii (studiate în anul II) şi Geografie Economică (studiată în anul I)
4.2	De competenţe	capacităţi de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1	De desfăşurare a cursului	dotarea sălii de curs cu videoproiector şi hărţile turistice existente la catedră
5.2	De desfăşurare a laboratorului	dotarea sălii de seminar cu videoproiector şi minim 15 calculatoare

6. Competenţe specifice vizate

Competenţe profesionale	C.1. Realizarea prestaţiilor în comerţ, turism şi servicii C.2. Comercializarea produselor/ serviciilor C.3. Gestionarea relaţiilor cu clienţii şi furnizorii C.4. Gestionarea şi alocarea resurselor materiale şi financiare
Competenţe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Turismul este o activitate social-cultural-recreativă, care a cunoscut o evoluţie spectaculoasă în decursul ultimului secol, ca urmare a creşterii nivelului de trai, a veniturilor, a timpului liber, dar şi datorită dezvoltării transporturilor care au permis deplasarea la mari distanţe într-un timp scurt şi bineînţeles apariţiei unor noi regiuni şi centre turistice. Disciplina Resurse şi Destinaţii Turistice are menirea de a transmite studenţilor relaţia există între resursele turistice şi formele de manifestare spaţială a fenomenului turistic, destinaţiile turistice ale lumii, circulaţia turistică

	internaţională, tipurile de turism şi modalităţile de dezvoltare durabilă a patrimoniului turistic.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Înţelegerea rolului resurselor turistice şi valorificării lor eficiente şi raţionale în economie; 2. Analiza fenomenului turistic prin prisma complexităţii potenţialului turistic şi a fenomenelor social-economice condiţionate de valorificarea acestuia; 3. Deprinderea studenţilor cu metodele şi instrumentele de analiză specifice spaţiului turistic (indicatori turistici), cu etapele de elaborare şi realizare a noilor proiecte, dar şi cu soluţiile de stimulare a circulaţiei turistice şi de asigurare a integrării turismului în economia teritoriului. B. Obiective procedurale 1. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice acestei discipline; 2. Culegerea şi prelucrarea de date din surse documentare alternative şi din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor care influenţează fenomenul turistic; 3. Formarea deprinderilor de utilizare a instrumentelor statistice în evaluarea circulaţiei turistice; 4. Utilizarea metodelor, tehnicilor şi instrumentelor utilizate în cercetarea activităţii turistice dintr-o zonă sau ţară. C. Obiective atitudinale 1. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opţiuni valorice explicite, specifice specialistului în turism. 2. Valorificarea propriului potenţial prin realizarea cercetării de grup sau individuală în analiza şi previziunea fenomenului turistic;. 3. Manifestarea unei atitudini pozitive şi responsabile faţă de rolul şi importanţa turismului în activitatea economică şi socială.

8. Conţinuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	**Resurse şi destinaţii turistice: concepte, definiţii, principii** - Rolul, importanţa şi conceptul de resursă turistică - Tipologia resurselor turistice - Destinaţiile turistice: generalităţi	2	Prelegere Expunere Conversaţie euristică Problematizare Explicaţie Demonstraţie cu ajutorul mijloacelor moderne audio-vizuale (scurte prezentări PowerPoint) Demonstraţie cu ajutorul materialelor didactice specifice	*Calculatorul (prezentarea în power –point)* Prezentări în power-point Studii de caz Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exerciţiului
2	**Fenomenul turistic** - Percepţia fenomenului turistic internaţional - Internaţionalizarea turismului după 1950 - Civilizaţie şi turism (rolul factorilor antropici în dezvoltarea turismului) - Modele de fluxuri turistice - Metode şi mijloace de analiză spaţială a fenomenului turistic	4		
3	**Resursele turistice naturale** - Localizarea turistică – de la imagine la amenajare - Potenţialul turistic al reliefului şi peisajelor - Potenţialul balneoclimateric şi climateric - Potenţialul turistic al litoralului - Potenţialul biogeografic - Potenţialul turistic al ariilor protejate	2		
4	**Resursele turistice antropice** - Tipologia resurselor turistice antropice - Patrimoniul turistic cultural-istoric universal şi protecţia acestuia - Resursele turistice ale marilor arii de cultură şi civilizaţie - Resursele turistice etnografice	2		
5	**Resursele economice şi umane în turism** - Resursele financiare - Resursele demografice - Resursele umane în turism: evoluţia şi structura personalului ocupat în turism	4		
6	**Destinaţii turistice I: marile regiuni turistice ale Europei** - Centrele şi regiunile turistice din Europa Meridională - Centrele şi regiunile turistice ale Europei Atlantice - Marile centre şi regiuni turistice ale Europei Central-Estice	3		
7	**Destinaţii turistice II: marile regiuni turistice nord-americane** - Centrele turistice balneare - Centrele turistice urbane nord-americane - Centrele turistice montane nord-americane	3		

	- Destinaţii ecoturistice model: parcurile naţionale nord-americane			
8	**Destinaţii turistice III: regiunile turistice din ţările latino-americane, Africa, Asia şi Oceania** - Centrele turistice tradiţionale din America Centrală şi Caraibe - Centrele turistice sud-americane - Africa – destinaţii turistice - Destinaţii turistice în Asia - Centrele turistice din Oceania	2		
9	**Circulaţia turistică I** - Conceptul de flux turistic - Fluxurile turistice majore europene: fluxurile balneotropice şi culturale spre sudul Europei, fluxurile alpine, fluxurile spre Europa Atlantică, fluxurile majore spre Europa Central-Estică	2		
10	**Circulaţia turistică II** - Fluxurile turistice majore nord-americane - Fluxurile turistice majore japoneze - Fluxurile turistice minore spre: Mediterana Meridională, Orientul Mijlociu şi Apropiat, Asia Musonică, Africa subsahariană, America de Sud, Australia şi Noua Zeelandă, insulele din mările tropicale Regionarea turistică	2		
11	**Tipuri de turism. Protecţia patrimoniului turistic. Politici turistice** - Tipuri de turism după criteriul temporal - Tipuri de turism după criteriul localizării şi al motivaţiei - Tipuri de turism după criteriul agregativ - Tipuri de turism după criteriul geografic - Protecţia patrimoniului turistic - Politici turistice	2		

Bibliografie

Cândea Melinda, Erdeli G., Simon Tamara, Peptenatu D., 2003, *Potenţialul turistic al României şi amenajarea turistică a spaţiului*, Editura Universitară, Bucureşti.

Cândea Melinda, Bran Florina, Cimpoeru Irina, 2006, *Organizarea, amenajarea şi dezvoltarea durabilă a spaţiului geografic*, Editura Universitară, Bucureşti.

Diaconu Mihaela, Micu Cristina, 2010, *Administrarea întreprinderii de comerţ, turism, servicii*, Editura Universităţii din Piteşti.

Erdeli G., Gheorghilaş A., 2006, *Amenajări turistice*, Editura Universităţii din Bucureşti, Bucureşti.

Firoiu Daniela, 2005, *Resursele umane în turism*, Editura Universitară, Bucureşti.

Gheorghilaş A., 2005, *Geografia turismului internaţional*, Editura Universitară, Bucureşti.

Glăvan V., 2003, *Turism rural. Agroturism. Turism durabil. Ecoturism*, Editura Economică, Bucureşti.

Glăvan V., 2005, *Geografia turismului*, Editura Fundaţiei România de Mâine, Bucureşti.

Glăvan V., 2006, *Potenţialul turistic şi valorificarea sa*, Editura Fundaţiei România de Mâine, Bucureşti.

Glăvan V., 2007, *Geografia turismului*, Editura Fundaţiei România de Mâine, Bucureşti.

Ielenicz M. şi colab, 2003, *România. Enciclopedie turistică*, Editura Corint, Bucureşti.

Ioncică Maria, Stănciulescu Gabriela, 2006, *Economia turismului şi serviciilor*, Editura Uranus, Bucureşti.

Miu Florentina, Simoni Smaranda, 2010, *Ecoturism şi turism rural*, Editura Universităţii din Piteşti.

Muntele I., Iaţu C., 2003, *Geografia turismului. Concepte, metode şi forme de manifestare spaţio-temporală*, Editura Sedcom Libris, Iaşi.

Neguţ S., 2003, *Geografia turismului*, Editura Universitară, Bucureşti.

Nistoreanu P., 2006, *Ecoturism şi turism rural*, Editura ASE, Bucureşti.

Nistoreanu P., 2005, *Economia turismului – teorie şi practică*, Editura ASE, Bucureşti.

Stănciulescu Gabriela, Micu Cristina, 2009, *Economie şi gestiune în turism. Probleme, proiecte şi studii de caz,* Editura C.H. Beck, Bucureşti.

Tribe J., 2006, *The economics of recreation, leisure and tourism*, Amsterdam, Elsevier.

Ţigu Gabriela (coordonator), 2003, *Resurse şi destinaţii turistice pe plan mondial*, Editura Uranus, Bucureşti.

*** *International Tourism Overview. A Special Report from World Tourism Organization*.

*** *Tourism Market Trends*, 2012, UNWTO.

*** *Yearbook of Tourism Statistics*, 2012, UNWTO.

www.insse.ro, Anuarul Statistic al României, secţiunea Turism

www.mdrt.ro, Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Naţional 2007-2026

8.2. Aplicaţii: Seminar / Laborator / Teme de casă		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	Metode de analiză a resurselor turistice naturale şi antropice - Prospectarea turistică regională (operaţiuni şi instrumente de calcul) - Prospectarea cererii şi consumului turistic	2	Expunere Problematizare	În cadrul primei şedinţe se stabilesc obligaţiile de

2	Turismul internaţional. Date statistice şi prognoze Turismul internaţional – rezultate regionale (2000-2012)	2	Exerciţii de reflecţie Dezbatere Explicaţie Lucrul în echipă Prezentări proiecte Demonstraţie cu ajutorul mijloacelor moderne audio-vizuale (scurte prezentări PowerPoint) Demonstraţie cu ajutorul materialelor didactice specifice (anuare statistice, grafice) Instruire asistată pe calculator, modelare (Microsoft Excel, Word)	seminar ale studenţilor şi se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultelor învăţării *Resurse folosite*: • Scurte prezentări în power-point pentru descrierea studiilor de caz și stimularea exerciţiilor • Studii de caz • Simulări pe computer
3	Circulaţia turistică internaţională (2000-2012) - Top 15 destinaţii, încasări, cheltuieli - Sosiri de turişti pe regiuni de provenienţă - Încasări pe regiuni	3		
4	Turismul internaţional în lume şi pe regiuni OMT Dinamici şi structuri, prognoze în perioada 1960-2020	3		
5	Destinaţii turistice din Europa Meridională Aplicaţie: Côte d'Azur, Côte d'Améthyste, Costa Brava din Catalonia, Costa Dorada, Costa del Azhar, arhipeleagul Balearelor, Costa Blanca şi Costa Calida, Costa del Sol, Costa de la Luz; Portugalia: Algarve şi Costa Dourada; Italia: Riviera di Ponente, Riviera di Levante, Costa Esmeralda, coasta adriatică; Grecia: insulele şi arhipeleagurile, riviera Olimpului; coasta dalmato-muntenegreană.	4		
6	Destinaţii turistice din Europa Alpină - aplicaţii - sectorul francez: staţiunile pentru turism hivernal Chamonix, Megive, Combloux, Argentiere, Albertville, Moutiers, Avoriaz şi aplicarea Plan Neige; staţiuni cu ape termale Thonon-les-Bains, Evian, Aix-les-Bains; - Alpii elveţieni: Davos, St.Möritz, Crans Montana, Zermatt, Interlaken, Altdorf, Andermatt şi centre turistice pentru agrement, în lungul rivierelor lacustre (Montreux, Vevey, Locarno, Lugano); - Alpii austrieci: Innsbrück, Bad Gastein, staţiuni balneo-climaterice (Fuschl, Sankt Wolfgang), agroturism (Vorarlberg); - Alpii italieni: rivierele lacurilor Maggiore, Lugano, Como şi Garda cu staţiunile Stresa, Bavena, Pallazo, Belaggio, Cernobbio, Como, Gargnano, Toscolano, Limona; staţiuni pentru sporturi de iarnă (Val d'Aosta, Cortina d'Ampezzo, Cavalese), Parcul Naţional Gran Paradiso.	4		
7	Destinaţii turistice urbane europene - aplicaţii - centrele urbane din Europa Meridională :Italia (Roma cu Valicanul, Toscana, Florenţa, Siena, Pisa, Perugia, Assissi, Mantova, Parma, Modena, Pavia, Verona, Bologna, Torino, Milano); sudul Franţei (Avignon, Arles, Aix-en-Provence, Nîmes, Montpellier, Narbonne, Carcasonne); Peninsula Iberică (Codoba, Sevilla, Granada, Madrid, Segovia, Valladoid, Toledo, Salamanca, Guadalajara, Avilla, Coimbra, Evora, principatul Andorra); Grecia (Atena, Piure, Teba, Corint, Delphi, Olympia, Micene, Cnossos, Phaistos, Kalampaka, Mistra, Salonic). - centrele urbane din Europa central-vestică şi nordică: Paris, Londra, Bruxelles, Amsterdam, Geneva, Luxemburg, München, berlin, Viena, Aachen, Köln, Mainz, Heidelberg, Dresda, Nürnberg, Ulm, Utrecht, Haga, Stockholm, Oslo, Helsinki, Edinbugh, Amiens, Nancy, Champagne, Bourgogne, Vichy, Bergen, Stavanger, Trodheim	2		
8	Modele de circuite turistice în Europa	2		
9	Destinaţii turistice nord-americane - aplicaţii -centre turistice montane: Colorado Springs, Hot Springs, Rock Springs, Lake Placid, Aspen, Sun Valley, Salt Lake City, Edmonton, Calgary; -centre turistice balneare: coasta Portland-Norfolk, New York-Phipadelphia (Seaside Park, Surf City, Atlantic City), Baltimore-Washington (Ocean City, Bethany Beach), Florida (West Palm Beach, Miami Beach, Key West), coasta californiană (Santa Monica, Malibu, Laguna Beach, Imperial Beach), arhipeleagul Hawaii; -siturile şi mediile naturale protejate; -centre turistice urbane: New York, Washington, Philadelphia, New Orleans, Saint Francisco, Los Angeles, Quebec, Montreal, Chicago, Las Vegas.	2		
10	Principalii indicatori ce caracterizează circulaţia turistică în România	2		

11	Destinaţii turistice şi forme de turism practicate din România - Turismul montan şi staţiunile turistice montane - Staţiunile turistice balneoclimaterice - Litoralul românesc al Mării Negre - Turismul cultural-itinerant şi destinaţii turistice urbane - Satele turistice şi turismul rural - Turismul în ariile naturale protejate	2		

Bibliografie

Cândea Melinda, Erdeli G., Simon Tamara, Peptenatu D., 2003, *Potenţialul turistic al României şi amenajarea turistică a spaţiului*, Editura Universitară, Bucureşti.

Draica C., 2003, *Turismul internaţional: practici de elaborare şi distribuţie a produsului turistic*, Editura All Beck, Bucureşti.

Ielenicz M. şi colab, 2003, *România. Enciclopedie turistică*, Editura Corint, Bucureşti.

Ielnicz, Mihai, Comănescu, Laura, *România – Potenţial turistic,* Editura Universitară, Bucureşti, 2009.

Stănciulescu Gabriela, Micu Cristina, 2009, *Economie şi gestiune în turism. Probleme, proiecte şi studii de caz,* Editura C.H. Beck, Bucureşti.

*** *International Tourism Overview. A Special Report from World Tourism Organization*.

*** *Tourism Market Trends*, 2012, UNWTO.

*** *Yearbook of Tourism Statistics*, 2012, UNWTO.

www.insse.ro, Anuarul Statistic al României, secţiunea Turism

www.mdrt.ro, Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Naţional 2007-2026

9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori din domeniul aferent programului

- corectitudinea şi acurateţea folosirii conceptelor şi teoriilor însuşite la nivelul disciplinei vor satisface aşteptările reprezentanţilor comunităţii academice din domeniul Administrării Afacerilor.
- competenţele procedurale şi atitudinale ce vor fi achiziţionate la nivelul disciplinei vor satisface aşteptările reprezentanţilor asociaţiilor profesionale şi angajatorilor din domeniile Comerţ, Turism şi Servicii.

Notă: *Universitatea din Piteşti evaluează periodic gradul de satisfacţie al reprezentanţilor angajatorilor faţă de competenţele profesionale şi transversale dobândite de către absolvenţi.*

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea şi exhaustivitatea cunoştinţelor; - coerenţa logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (45 minute): calitatea şi coerenţa tratării subiectelor	30 %
10.5 Seminar / Laborator / Tema de casă	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii. • Temă de casă (proiect) - participarea la realizarea şi prezentarea proiectului.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	20% 30% 20%
10.6 Standard minim de performanţă	- Achiziţionarea cel puţin a competenţelor: A1, A2, B2, C1. - Nota 5 la evaluarea finală.		

Data completării
14 septembrie 2019

Titular de curs,
Lect. univ. dr. Smaranda TOMA

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Smaranda TOMA

Data aprobării în Consiliul departamentului,
27 septembrie 2019

Director de departament,
(prestator)
Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

Director de departament,
(beneficiar),
Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

FIŞA DISCIPLINEI

***Turism internațional*,** pentru anul universitar 2019-2020

1. Date despre program

1.1. Instituţia de învăţământ superior	Universitatea din Piteşti
1.2. Facultatea	Facultatea de Ştiinţe Economice şi Drept
1.3. Departamentul	Management şi Administrarea Afacerilor
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Licenţă
1.6. Programul de studii	Economia Comerţului, Turismului şi Serviciilor / economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					***Turism internațional***					
2.2	Titularul activităţilor de curs										
2.3	Titularul activităţilor de seminar										
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	A

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe saptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de înv.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuţia fondului de timp alocat studiului individual								
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren								10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activităţi								2

3.7	Total ore studiu individual	44
3.8	**Total ore pe semestru**	**100**
3.9	**Număr de credite**	**4**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Economie, Geografie economică și Economia turismului
4.2	De competenţe	Capacităţi de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1	De desfăşurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfăşurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenţilor la seminarii - Susţinerea testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

6. Competenţe specifice vizate

Competenţe profesionale	C.1. Realizarea prestaţiilor în comerţ, turism şi servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 1 PC C.3. Gestionarea relaţiilor cu clienţii şi furnizorii – 1 PC C.4. Gestionarea şi alocarea resurselor materiale şi financiare – 1 PC
Competenţe transversale transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Înţelegerea modului în care se desfăşoară activităţile în cadrul turismului internaţional
7.2. Obiectivele	A. Obiective cognitive

specifice	1. Înţelegerea rolului turismului internaţional în economia mondială; 2. Cunoașterea structurii bazinelor ofertei turistice internaţionale 3. Înțelegerea elementelor componente ale industriei turismului internaţional 4. Cunoașterea structurii specifice industriei turismului şi a intermediarilor din această industrie 5. Deprinderea studenţilor cu metodele şi instrumentele de analiză specifice spaţiului turistic (indicatori turistici), cu etapele de elaborare şi realizare a noilor proiecte, dar şi cu soluţiile de stimulare a circulaţiei turistice şi de asigurare a integrării turismului în economia teritoriului. B. Obiective procedurale 1. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice acestei discipline; 2. Culegerea şi prelucrarea de date din surse documentare alternative şi din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor care influenţează fenomenul turistic; 3. Formarea deprinderilor de utilizare a instrumentelor statistice în evaluarea circulaţiei turistice; 4. Utilizarea metodelor, tehnicilor şi instrumentelor utilizate în cercetarea activităţii turistice dintr-o zonă sau ţară. C. Obiective atitudinale 1. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opţiuni valorice explicite, specifice specialistului în turism. 2. Valorificarea propriului potenţial prin realizarea cercetării de grup sau individuală în analiza şi previziunea fenomenului turistic;. 3. Manifestarea unei atitudini pozitive şi responsabile faţă de rolul şi importanţa turismului în activitatea economică şi socială.

8. Conţinuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	Introducere în turismul internaţional - Definiţii uzuale - Tipologia formelor de turism internaţional - Factorii care influenţează dezvoltarea turismului internaţional - Tendinţele înregistrate în evoluţia turismului internaţional	4	▪ prelegerea ▪ explicația ▪ expunerea cu material suport ▪ dezbaterea cu oponent imaginar	*calculatorul (prezentarea în power – point)* ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exerciţiului
2	Organizarea şi conducerea turismului la nivel internaţional - Organizaţii internaţionale de turism - Organizaţii guvernamentale şi Organizaţii neguvernamentale - Tipologia organismelor centrale/naţionale de conducere a activităţii turistice - Organisme naţionale de conducere a turismului în principalele ţări turistice ale lumii şi în România - Forme de integrare în turismul internaţional - Concentrarea activităţii turistice (pe orizontală; pe verticală şi conglomeratul) - Gruparea activităţii turistice (Lanţul voluntar; Franciza şi Asociaţiile profesionale)	2		
3	Componentele industriei turismului - Transportul şi infrastructura - Cazarea şi serviciile de ospitalitate - Sistemele de distribuţie utilizate în turismul internaţional - Rolul sectoarelor public şi privat în turismul internaţional - Rolul statului în turism (funcţiile promoţională, de stimulare, de intervenţie şi de coordonare)	2		
4	Locul turismului internaţional în circuitul economic mondial - Structura comerţului mondial - Turismul internaţional în calitate de componentă a comerţului internaţional - Analiza statistico-economică a industriei călătoriilor şi turismului (dinamici şi structuri)	2		
5	Metodologia de măsurare a turismului internaţional - Obiectivele, natura şi condiţiile elaborării indicatorilor turismului internaţional - Caracteristicile şi metodele de elaborare a indicatorilor turismului internaţional - Sistemul de indicatori ce caracterizează turismul internaţional	2		
6	Piaţa turistică internaţională - Definiţii, caracteristici, componente	6		

	- Cererea turistică internaţională: concepte şi definiţii; motivaţii de călătorie în turismul internaţional; bazinele cererii turismului internaţional şi fluxuri turistice la nivel mondial, regional şi naţional - Oferta turistică la nivel internaţional: definiţii, componente, caracteristici - Ciclul de viaţă al unei oferte turistice - Bazinele ofertei turistice internaţionale			
7	Transporturile turistice internaţionale - Transporturile turistice aeriene: cursele de linie; cursele charter şi politici ale autorităţilor aeronautice în domeniul transporturilor turistice aeriene - Transporturile turistice terestre: transporturile feroviare şi transporturile rutiere - Transporturile turistice maritime şi fluviale	2		
8	Comercializarea produselor turistice la nivel internaţional - Categorii de contracte utilizate în turismul internaţional - Protecţia şi securitatea turiştilor (mijloace de planificare a protecţiei şi securităţii turiştilor şi implicarea sectoarelor industriei turismului în protecţia şi securitatea turiştilor)	2		
9	Finanţarea investiţiilor turistice internaţionale - Modalităţi de finanţare a investiţiilor turistice: creditul, leasingul, acţionariatul şi coproprietatea - Aportul statului la finanţarea investiţiilor turistice - Finanţarea internaţională a investiţiilor turistice	2		
10	Operaţiuni şi instrumente de plată specifice turismului internaţional - Cecul de călătorie (Traveler's Cheque) - Cartea de credit - Voucher-ul	2		
11	Perspectivele turismului internaţional - Globalizarea şi implicaţiile sale asupra turismul internaţional - Perspectivele turismului internaţional al României	2		

Bibliografie:

1. Andrei R., Copeţchi M., Dragnea L., Manual de tehnici operaţionale în activitate de turism, IRECSON, Bucureşti, 2006.
2. Bâc D.P., Turismul şi dezvoltarea durabilă: realităţi, provocări, oportunităţi, Editura Economică, Bucureşti, 2013.
3. Cooper C., Hall M., Contemporary Tourism, Butterworth Heinemann, 2008.
4. Ioncică Maria, Stănciulescu Gabriela, Economia turismului şi serviciilor, Editura Uranus, Bucureşti, 2006.
5. Laws, E., Richins, H., Agrusa, J., Scott, N., Tourist Destination Governance:Practice, Theory and Issues, CAB International, 2011.
6. Leiper N., Tourism Management (3rd Ed.), Malaysia: Pearson Education Australia, 2004.
7. Page S.J., Tourism Mananagement, Elsevier Ltd., Oxford, 2007.
8. Pender L., Sharpley R., The Management of Tourism, SAGE Publications Ltd, London, 2005.
9. Reisinger Yvette, International Tourism: Cultures and Behavior, Butterworth Heinemann, 2009.
10. Stănciulescu Gabriela, Micu Cristina, Economie şi gestiune în turism. Probleme, proiecte şi studii de caz, Editura C.H. Beck, Bucureşti, 2009.
11. Swarbrooke J., Horner Susan, Business Travel and Tourism, Butterworth Heinemann, 2001.
12. Tribe J., 2006, The economics of recreation, leisure and tourism, Amsterdam, Elsevier, 2006.
13. Wachowiak H., Tourism and Borders. Contemporary Issues, Policies and International Research, Ashgate, 2006.
14. *** Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, United Nations, 2015.
15. *** Tourism Highlights, UNWTO, 2017.
16. *** World Tourism Barometer, UNWTO, 2017.
17. *** Quick Start Guide to a Tourism Business, NEAP, 2006.
18. *** A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO, 2007.
19. *** International Tourism Overview. A Special Report from World Tourism Organization.
20. *** Tourism Market Trends, UNWTO 2012.
21. *** Yearbook of Tourism Statistics, UNWTO, 2017.
22. *** The World Factbook, CIA, SUA, 2017.
23. www.insse.ro, Anuarele Statistice ale României, capitolul 20: Turism, 2011-2016.
24. www.mdrt.ro, www.turism.gov.ro, Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Naţional 2007-2026

8.2. Aplicaţii: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1.	Prezentarea disciplinei, a obiectivelor, programarea şi organizarea activităţilor şi prezentarea modalităţilor de evaluare finală şi pe parcursul semestrului	2		
2.	Studii de caz – organizaţii de turism la nivel internaţional/ mondial, în Europa și România, America şi Asia	4		
3.	Studii de caz – caracteristicile industriei turistice şi a	2		Lucrul în echipă

	călătoriilor în ţări cu tradiţie şi fără tradiţie turistică		Expunere Problema-tizare Exerciţii de reflecţie Dezbatere Explicaţie	Demonstraţie cu ajutorul mijloacelor moderne audio-vizuale (scurte prezentări PowerPoint) Demonstraţie cu ajutorul materialelor didactice
4.	Studii de caz – competitivitatea internaţională la nivel mondial, european şi regional a unor destinaţii turistice	2		
5.	Studii de caz – finanţarea investiţiilor în turism	2		
6.	Studii de caz – instrumente de plată utilizate în turismul internaţional	2		
7.	Studii de caz – analiza pieţei turistice internaţionale	4		
8.	Studii de caz – transporturi turistice internaţionale	2		
9.	Studii de caz – contracte în turismul internaţional	2		
10.	Studii de caz – analiza evoluţiei şi dezvoltării turismului pe plan mondial şi naţional şi discutarea factorilor determinanţi în dezvoltarea acestui fenomen	2		
11.	Recapitulare	2		
12.	Evaluare finală	2		

Bibliografie:

1. Laws, E., Richins, H., Agrusa, J., Scott, N., Tourist Destination Governance: Practice, Theory and Issues, CAB International, 2011.
2. Neacșu N., Băltăreţu Andreea, Neacșu Monica, Resurse și destinații turistice. Studii de caz, statistici, reglementări și documente O.M.T., Editura Pro Universitaria, 2014.
3. Page S.J., Tourism Mananagement, Elsevier Ltd., Oxford, 2007.
4. Stănciulescu Gabriela, Managementul operaţiunilor din turism, Editura AllBeck, Bucureşti, 2002.
5. *** Tourism Highlights, UNWTO, 2017.
6. *** World Tourism Barometer, UNWTO, 2017.
7. *** A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO, 2007.
8. *** Yearbook of Tourism Statistics, UNWTO, 2017.
9. *** The World Factbook, CIA, SUA, 2017.
10. www.insse.ro, Anuarele Statistice ale României, capitolul 20: Turism, 2011-2016.
11. www.mdrt.ro, www.turism.gov.ro, Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Naţional 2007-2026

9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

- corectitudinea şi acurateţea folosirii conceptelor şi teoriilor însuşite la nivelul disciplinei vor satisface aşteptările reprezentanţilor comunităţii academice din domeniul Administrării Afacerilor.
- competenţele procedurale şi atitudinale ce vor fi achiziţionate la nivelul disciplinei vor satisface aşteptările reprezentanţilor asociaţiilor profesionale şi angajatorilor din domeniile Comerţ, Turism şi Servicii.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea şi exhaustivitatea cunoştinţelor; - coerenţa logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluare scrisă în timpul semestrului; Evaluare finală	20% 30%
10.5 Seminar	- participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - gradul de încadrare în cerinţele impuse în ceea ce priveşte realizarea proiectelor.	Evaluarea răspunsurilor şi intervenţiilor studentului în activităţile de seminar Evaluarea prezentării proiectelor	20% 30%
10.6 Standard minim de performanţă	Studentul face dovada stăpânirii unui minim de cunoştinţe teoretice din turismului internațional cu care s-a operat pe parcursul semestrului.		

Data completării
18 septembrie 2019

Titular de curs,

Titular de seminar,

Data aprobării în Consiliul departamentului,
27 septembrie 2019

Director de departament,
(prestator)
Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

Director de departament,
(beneficiar),
Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

FIŞA DISCIPLINEI
Geopolitică
anul universitar: 2019 - 2020

1. Date despre program

1.1	Instituţia de învăţământ superior	Universitatea din Piteşti
1.2	Facultatea	Facultatea de Ştiinţe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management şi Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Licenţă
1.6	Programul de studiu / calificarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor / Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					**Geopolitică**					
2.2	Titularul activităţilor de curs										
2.3	Titularul activităţilor de seminar / laborator										
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	A

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe saptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de înv.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuţia fondului de timp alocat studiului individual								
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren								10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activităţi								2

3.7	Total ore studiu individual	44
3.8	**Total ore pe semestru**	**100**
3.9	**Număr de credite**	**4**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	cunoştinţe de la disciplina Geografie Economică (studiată în anul I)
4.2	De competenţe	capacităţi de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1	De desfăşurare a cursului	dotarea sălii de curs cu tablă și videoproiector
5.2	De desfăşurare a laboratorului	dotarea sălii de seminar cu tablă și videoproiector

6. Competenţe specifice vizate

Competenţe profesionale	C.1. Realizarea prestaţiilor în comerţ, turism şi servicii C.2. Comercializarea produselor/ serviciilor C.3. Gestionarea relaţiilor cu clienţii şi furnizorii C.4. Gestionarea şi alocarea resurselor materiale şi financiare
Competenţe transversale transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- asimilarea unor informații, idei, teorii, concepte, modele, procese fundamentale pentru istoria geopolitică recentă, prin prisma activității ultimei generații de jucători geostrategici sau regionali în cadrul multilateral instituțional contemporan; - însuşirea de către studenţi a contribuţiilor principalelor şcoli de geopolitică (germană, franceză, anglo-saxonă şi românească), cunoaşterea evoluţiilor geopolitice şi geostrategice în timpul Războiului Rece şi în perioada post-Război Rece şi identificarea tendinţelor actuale de realiniere geopolitică pe plan mondial; - identificarea conceptelor şi metodelor geopolitice de evaluare a evenimentelor şi proceselor politice.

7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Explicarea, interpretarea și utilizarea adecvată a diferitelor concepte ale geopoliticii; 2. Familiarizarea studenţilor cu o serie de concepte extrem de vehiculate în prezent în mass-media şi literatura ştiinţifică, inclusiv cea economică, absolut necesare pentru a înţelege mutaţiile pe scena mondială, uneori foarte rapide şi cu consecinţe nefaste; 3. Utilizarea conceptelor geopolitice fundamentale în descrierea şi explicarea genezei derulării unor evenimente şi procese; 4. Aplicarea fundamentelor geopolitice în înţelegerea, analizarea şi evaluarea organizării socio-politice. B. Obiective procedurale 1. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor geopolitice; 2. Utilizarea unor metode de autoevaluare a propriei activități de învățare. C. Obiective atitudinale 1. Respectarea normelor de deontologie profesională (a codului deontologic al economistului), fundamentate pe opţiuni valorice explicite, specifice specialistului în ştiinţele economice. 2. Cooperarea în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor sarcini de învăţare;. 3. Utilizarea unor metode specifice de elaborare a unui plan de dezvoltare personală și profesională .

8. Conţinuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	**Introducere în geopolitică și geostrategie** - Concepte geopolitice - Prezentarea relaţiei dintre geopolitică, geografie, geografie politică, geostrategie şi geoeconomie, a obiectului de studiu şi a evoluţiei geopoliticii - Integrarea geopoliticii ca subdomeniu în ansamblul relaţiilor internaţionale - Perspectivă istorică asupra relațiilor internaționale și a societății internaționale - Puterea pe plan internațional	2	Prelegere Expunere Conversaţie euristică Problematizare Explicaţie Demonstraţie cu ajutorul mijloacelor moderne audio-vizuale (scurte prezentări PowerPoint) Metoda analizei și sintezei	*Calculatorul (prezentare a în power – point)* Prezentări în power-point Studii de caz Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exerciţiului
2	**Şcoala geopolitică germană** - Friedrich Ratzel; Rudolf Kjellèn; - Geografia politică germană şi instituţionalizarea geopoliticii germane; - Karl Haushofer.	2		
3	**Şcoala geopolitică franceză** - Principalii exponenţi ai geografiei politice franceze; -Contribuţia geografiei politice franceze la dezvoltarea geopoliticii şi istoriografiei.	2		
4	**Şcoala geopolitică anglo-saxonă** - Alfred T. Mahan; - Frederick J. Turner; - Halford J. Mackinder; - Nicholas J. Spykman; - James Burnham; - Colin S. Gray; - Zbigniew Brzezinski.	2		
5	**Şcoala geopolitică românească** - Principalii exponenţi ai şcolii româneşti de geopolitică; - Trăsături caracteristice ale şcolii româneşti de geopolitică; - Contribuţia istoriografiei la dezvoltarea geopoliticii în România.	2		
6	**Geostrategia Războiului Rece** - „Acordul de procentaj" Churchill-Stalin - Relaţiile postbelice de putere în concepţia planificatorilor politicii externe a marilor puteri; - Aliniamentele geostrategice ale epocii bipolare; - Strategii şi repere ale evoluţiilor strategice în perioada Războiului Rece.	3		
7	**Geopolitica în epoca globalizării** - Geopolitica post-modernă - Şcoli de gândire privitoare la globalizare - Globalizarea, regionalizarea, glocalizarea şi statul transnaţional - Modele explicative post-Război Rece pentru lumea secolului XXI. - Sferele de influenta – legatura dintre politic si economic	3		
8	**Regiuni cu relevanţă geopolitică şi geostrategică globală** - Relaţia dintre securitatea energetică, geopolitica energiei şi puterea	4		

	militară; - Regiunea Orientului Mijlociu extins; - Regiunea extinsă a Mării Negre; - Regiunea Mării Caspice; - Regiunea Caucazului de Sud şi Asiei Centrale; - Regiunea Arctică.			
9	**Europa si geopolitica secolului XX** - Valenţele geopolitice ale extinderii Uniunii Europene; - Regiuni şi state incluse în Politica Europeană de Vecinătate: Europa Răsăriteană, Sud-Estul Europei, Nordul Africii, Caucazul de Sud şi Orientul Mijlociu	3		
10	**Scenarii ale evoluţiilor geopolitice şi geostrategice pe plan mondial** - Tendinţe geopolitice şi geostrategice; - Prognoze ale evoluţiei puterilor emergente; - Scenarii la orizontul anului 2025;	3		
11	**România și poziția sa geopolitică** Metoda regionării cu aplicabilitate asupra statutului României de țară central-europeană aproape de Balcani	2		

Bibliografie

Aymeric C., Thual F., Dicţionar de geopolitică, Grupul editorial Corint, Bucureşti, 2003.
Brzezinski Z., Marea tablă de şah. Supremaţia americană şi imperativele sale geostrategice, Editura Univers Enciclopedic, Bucureşti, 2000.
Brzezinski Z., The Choice: Global Domination or Global Leadership, Basic Books, New York, 2004.
Buchet C., Religie și putere în relațiile internationale contemporane, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1998.
Buzan B., Popoarele, statele şi teama, Editura Cartier, Chişinău, 2000.
Claval P., Geopolitică şi geostrategie. Gândirea politică, spaţiul şi teritoriul în secolul al XX-lea, Editura Corint, Bucureşti, 2001.
Cooper R., Destramarea natiunilor - geopolitica lumilor secolului XXI, Editura Univers Enciclopedic Gold, 2007.
Dobrescu P.,Geopolitica,ediția a II-a, București, SNSPA, Comunicare.ro, 2008.
Hirst P., Război şi putere în secolul XXI, Editura Antet, Bucureşti, 2001.
Kahn S., Geopolitica Uniunii Europene, Editura Cartier, Chişinău, 2009.
Kissinger H., Diplomaţia, Editura All, Bucureşti, 1998.
Morgan M.J., American Empire and the American Military, Armed Forces & Society, 2006.
Negut S., Geopolitica, Editura Meteor Press, București, 2008.
Neguț S., Introducere in Geopolitica, Editura Meteor Press, București, 2005.
Neguț S., Rusu V., Geopolitica latino-americana, Editura Meteor Press, București, 2012.
Ó Thuatail G., Dalby S., Routledge P., The Geopolitics Reader, Routledge, London and New York, 1998.
Pop A. (coord.), România şi Republica Moldova între Politica Europeană de Vecinătate şi perspectiva extinderii Uniunii Europene, Editura Universitară, Bucureşti, 2010.
Pop A., Geopolitica, Editura Sylvi, Bucureşti, 2003.
Serebrian O., Geopolitica spaţiului pontic,Chişinău, Editira Cartier, 2006.
Simileanu V., Sageata R., Geopolitica Romaniei, Editura Top Form, București, 2009.
Wight M., Politica de putere, Editura, Arc, Chişinău, 1998.
Zielonka J., Europe as Empire: The Nature of the Enlarged European Union, Oxford University Press, Oxford, 2006.
*** Puteri şi influenţe, Beaumarchais Center for International Research, Editura Corint, Bucureşti, 2001.
*** Global Trends 2025: A Transformed World, National Intelligence Council, U.S. Government Printing Office, Washington D.C., 2008.

8.2. Aplicaţii: Seminar / Laborator / Teme de casă		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	Geopolitica imperială Asemănări şi diferenţe între abordările geopolitice imperiale ale şcolilor germană şi anglo-saxonă	2	Expunere Problematizare Exerciţii de reflecţie Dezbatere Explicaţie Lucrul în echipă Prezentări proiecte Demonstraţie cu ajutorul mijloacelor moderne audio-vizuale (scurte prezentări PowerPoint)	În cadrul primei şedinţe se stabilesc obligaţiile de seminar ale studenţilor şi se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultelor învăţării *Resurse folosite*: • Scurte prezentări în power-point pentru descrierea studiilor de caz și stimularea exerciţiilor • Studii de caz • Simulări pe computer
2	Europa si geopolitica secolului XX Poziția geopolitică a Uniunii Europene	3		
3	România –abordare în termeni geostrategici	2		
4	Geopolitica Franței. Constante și regularități	2		
5	Geopolitica germană.Tradiție și actualitate	2		
6	Geopolitica S.U.A. Accepții contemporane ale aplicării metodei dispozitivului geopolitic pentru S.U.A.	4		
7	N.A.T.O.	2		
8	Geopolitica Asiei	2		
9	Geopolitica Rusiei Rusia – un actor cheie Ideea imperială -Rossy	2		
10	Noua ordine economică - între regionalism şi globalizare	4		
11	Petrolul și geopolitica. Islamul și geopolitica	3		

Bibliografie

Aymeric C., Thual F., Dicţionar de geopolitică, Grupul editorial Corint, Bucureşti, 2003.
Brzezinski Z., The Choice: Global Domination or Global Leadership, Basic Books, New York, 2004.
Claval P., Geopolitică şi geostrategie. Gândirea politică, spaţiul şi teritoriul în secolul al XX-lea, Editura Corint, Bucureşti, 2001.
Cooper R., Destramarea natiunilor - geopolitica lumilor secolului XXI, Editura Univers Enciclopedic Gold, 2007.
Dobrescu P.,Geopolitica,ediția a II-a, București, SNSPA, Comunicare.ro, 2008.
Hirst P., Război şi putere în secolul XXI, Editura Antet, Bucureşti, 2001.
Kahn S., Geopolitica Uniunii Europene, Editura Cartier, Chişinău, 2009.
Morgan M.J., American Empire and the American Military, Armed Forces & Society, 2006.
Negut S., Geopolitica, Editura Meteor Press, București, 2008.
Pop A., Geopolitica, Editura Sylvi, Bucureşti, 2003.
Simileanu V., Sageata R., Geopolitica Romaniei, Editura Top Form, București, 2009.
Zielonka J., Europe as Empire: The Nature of the Enlarged European Union, Oxford University Press, Oxford, 2006.
*** Puteri şi influenţe, Beaumarchais Center for International Research, Editura Corint, Bucureşti, 2001.
*** Global Trends 2025: A Transformed World, National Intelligence Council, U.S. Government Printing Office, Washington D.C., 2008.

9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori din domeniul aferent programului

- corectitudinea şi acurateţea folosirii conceptelor şi teoriilor însuşite la nivelul disciplinei vor satisface aşteptările reprezentanţilor comunităţii academice din domeniul Administrării Afacerilor.
- competenţele procedurale şi atitudinale ce vor fi achiziţionate la nivelul disciplinei vor satisface aşteptările reprezentanţilor asociaţiilor profesionale şi angajatorilor din domeniile Comerţ, Turism şi Servicii.

Notă: *Universitatea din Piteşti evaluează periodic gradul de satisfacţie al reprezentanţilor angajatorilor faţă de competenţele profesionale şi transversale dobândite de către absolvenţi.*

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea şi exhaustivitatea cunoştinţelor; - coerenţa logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (45 minute): calitatea şi coerenţa tratării subiectelor	30 %
10.5 Seminar / Laborator / Tema de casă	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii. • Temă de casă (proiect) - participarea la realizarea şi prezentarea proiectului.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	20% 30% 20%
10.6 Standard minim de performanţă	- Achiziţionarea cel puţin a competenţelor: A1, A2, A3, B2, C1. - Nota 5 la evaluarea finală.		

Data completării
15 septembrie 2019

Titular de curs,

Titular de seminar,

Data aprobării în Consiliul departamentului,
27 septembrie 2019

Director de departament,
(prestator)
Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

Director de departament,
(beneficiar),
Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

FIŞA DISCIPLINEI
Limba străină pentru afaceri 4 – engleză, *anul universitar 2019-2020*

1. Date despre program

1.1	Instituţia de învăţământ superior	Universitatea din Piteşti
1.2	Facultatea	Facultatea de Ştiinţe Economice şi Drept
1.3	Departamentul	Management şi Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Licenţă
1.6	Programul de studiu / calificarea	Economia Comerţului, Turismului şi Serviciilor / Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					**Limba străină pentru afaceri 4 – engleză**					
2.2	Titularul activităţilor de curs					-					
2.3.	Titularul activităţilor de seminar					Lect. univ. dr. Nicoleta MINCĂ					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	L

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe saptămână	2	**3.2**	din care curs	-	**3.3**	**S /** L / P	2
3.4	Total ore din planul de înv.	28	**3.5**	din care curs	-	**3.6**	**S /** L / P	28

Distribuţia fondului de timp	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe	6
Documentare suplimentară în bibliotecă şi pe platformele electronice de specialitate	6
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri	6
Tutoriat	2
Examinări	-
Alte activităţi (comunicarea bidirecţională cu titularul de disciplină)	2

3.7	Total ore studiu individual	22
3.8	**Total ore pe semestru**	**50**
3.9	**Număr de credite**	**2**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Nivel de competenţă lingvistică A1 – A2 conform Cadrului European Comun de Referinţă pentru Limbi.
4.2	De competenţe	• Capacitatea de analiză şi sinteză • Capacitatea de înţelegere şi utilizare a limbajului şi a conceptelor domeniului de studiu • Capacitatea de a utiliza inducţia şi deducţia • Capacitatea de structurare şi interpretare a informaţiei • Capacitatea de gândire pragmatică şi aplicativă

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1	De desfăşurare a cursului	-
5.2	De desfăşurare a seminarului	- Dotarea sălii de seminar cu CD player - Participarea studenţilor la seminarii - Susţinerea testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

6. Competenţe specifice vizate

Competenţe profesionale	
Competenţe transversale	• CT1. Aplicarea principiilor, normelor şi valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă şi responsabilă – 1 PC • CT3. Identificarea oportunităţilor de formare continuă şi valorificarea eficientă a resurselor şi tehnicilor de învăţare pentru propria dezvoltare – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Parcurgerea acestui curs semestrial de limba străină îi va permite studentului: - Să dobândească competenţa necesară pentru a **comunica**, oral sau în scris, în contexte profesionale sau socioculturale diverse, prin mesaje cu grad de complexitate mediu; - Să-şi dezvolte strategii de învăţare individuale în vederea ameliorării propriei **competenţe lingvistice**, inclusiv **plurilingvă**, în funcţie de nevoile specifice, prin munca în echipă sau în autonomie; - Să-şi identifice şi să utilizeze **instrumentele lingvistice** esenţiale profesiei pentru care se pregătesc prin programul de studii urmat; - Să-şi aprofundeze noţiunile fundamentale despre **civilizaţia britanică** şi **europeană și cultura antreprenorială** - Să conştientizeze aspectul **diferenţelor culturale** reflectate în limbă şi a impactului acestora în interacţiunile profesionale.
7.2 Obiectivele specifice	• Dezvoltarea şi consolidarea unui vocabular economic prin abordarea unor texte specializate; • Dezvoltarea şi consolidarea mecanismelor gramaticale specifice textelor economice; • Sistematizarea cunoştinţelor teoretice şi practice în scopul decodării unui text de specialitate; • Familiarizarea studenţilor cu elemente lingvistice intratextuale caracteristice complexităţii discursului economic, a structurilor semantice şi funcţiilor categoriilor de texte amintite; • Dezvoltarea capacităţii de identificare a termenilor şi structurilor care trimit spre concepte particulare ale domeniului, al căror ancodaj / decodaj contextualizat impune consultarea specialistului din domeniul economic.

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1				

8.2. Aplicaţii: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	**The Globalization of Financial Markets:** defining globalization, modern financial theories	4	Expunerea cu material suport Explicaţia Exemplificarea Dialogul Conversația euristică	CD Player Tabla Videoproiector Calculator platformă e-learning (chat, forum) E-mail Materialului didactic este divizat în unităţi de studiu, care facilitează învăţarea graduală şi structurată
2	**New Economic Sectors**: current trends, sustainable growth	4		
3	**Transportation**. International trade. Road-rail transport, air freight transport operations, shipping	4		
4	**Export-Import**: Financing before Shipment, financing after shipment, Financing Accompanying the Sale	4		
5	**Evaluare parțială**	2		
6	**Major Trading Blocs Today**: free trade, fair competition; customs unions, free-trade areas	4		
7	**Currencies:** definitions, characteristics, trends	4		
8	**Evaluare finală**	2		

Bibliografie:

- Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty. Business Result. Intermediate. (B1) Student's Book. Oxford University Press. 2014
- Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty. Business Result. Intermediate. (B1) Audio CDs (2). Oxford University Press. 2014
- Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty. Business Result. Pre-Intermediate. (A2) Student's Book. Oxford University Press. 2014
- Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty. Business Result. Pre-Intermediate. (A2) Audio CDs (2). Oxford University Press. 2014
- Ilinca, Cristina, English for Business Communication, Editura Universitatii din Pitesti, 2017
- Mackenzie, Ian. *Professional English in Use Management*. Cambridge University Press. 2011
- Mackenzie, Ian. *Professional English in Use*, *Finance*. Cambridge University Press. 2016
- Mincă, Nicoleta, Simoni, Smaranda, Maciu, Andreea, Business English, Editura Universitatii din Pitesti, editia a II-a, Piteşti, 2017
- Morris, Catrin, *Flash on English for Tourism, ELI, ESP Series, 2012*
- Prodromou, Luke, Bellini, Lucia, *Flash on English for commerce*, ELI, ESP Series, 2012

Sitografie :

http://www.thefreedictionary.com/
http://iate.europa.eu/
www.collinsdictionary.com
http://learnenglish.britishcouncil.org/

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori din domeniul aferent programului

Competenţele dobândite la disciplină permit absolvenţilor să lucreze folosind limba engleză în domeniul aferent programului de studii *ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR*.

10. Evaluare

Tip activitate	**10.1 Criterii de evaluare**	**10.2 Metode de evaluare**	**10.3 Pondere din nota finală**
10.4 Curs			
10.5 Seminar	- participarea activă la seminar - gradul de încadrare în cerinţele impuse în ceea ce priveşte realizarea temei de casă.	*Evaluare formativă, în timpul semestrului*. - participarea activă la seminar - test semestru - temă de casă. *Evaluare sumativă, la sfârşitul semestrului*.	 20% 30% 20% 30%
10.6 Standard minim de performanţă	Stăpânirea noţiunilor fundamentale aferente tematicii abordate și capacitatea de a le exprima în limba engleză.		

Data completării	Titular de curs,	Titular de seminar,
16 septembrie 2019	-	Lect. univ. dr. Nicoleta MINCĂ

Data aprobării în Consiliul departamentului,	Director de departament,	Director de departament,
27 septembrie 2019	(prestator)	(beneficiar),
	Conf. univ. dr. Laura Cîţu	Conf. univ. dr. Daniela Mihai

FIŞA DISCIPLINEI

Limba străină pentru afaceri 4 – franceză, *anul universitar 2019-2020*

1. Date despre program

1.1	Instituţia de învăţământ superior	Universitatea din Piteşti
1.2	Facultatea	Facultatea de Ştiinţe Economice şi Drept
1.3	Departamentul	Management şi Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Licenţă
1.6	Programul de studiu / calificarea	Economia Comerţului, Turismului şi Serviciilor / Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					**Limba străină pentru afaceri 4 – franceză**					
2.2	Titularul activităţilor de curs					-					
2.3.	Titularul activităţilor de seminar					Conf. univ. dr. Florinela ȘERBĂNICĂ					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	L

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe saptămână	2	**3.2**	din care curs	-	**3.3**	**S /** L / P	2
3.4	Total ore din planul de înv.	28	**3.5**	din care curs	-	**3.6**	**S /** L / P	28

Distribuţia fondului de timp	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe	6
Documentare suplimentară în bibliotecă şi pe platformele electronice de specialitate	6
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri	6
Tutoriat	2
Examinări	-
Alte activităţi (comunicarea bidirecţională cu titularul de disciplină)	2

3.7	Total ore studiu individual	22
3.8	**Total ore pe semestru**	**50**
3.9	**Număr de credite**	**2**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Nivel de competenţă lingvistică A1 – A2 conform Cadrului European Comun de Referinţă pentru Limbi.
4.2	De competenţe	• Capacitatea de analiză şi sinteză • Capacitatea de înţelegere şi utilizare a limbajului şi a conceptelor domeniului de studiu • Capacitatea de a utiliza inducţia şi deducţia • Capacitatea de structurare şi interpretare a informaţiei • Capacitatea de gândire pragmatică şi aplicativă

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1	De desfăşurare a cursului	-
5.2	De desfăşurare a seminarului	- Dotarea sălii de seminar cu CD player - Participarea studenţilor la seminarii - Susţinerea testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

6. Competenţe specifice vizate

Competenţe profesionale	
Competenţe transversale	• CT1. Aplicarea principiilor, normelor şi valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă şi responsabilă – 1 PC • CT3. Identificarea oportunităţilor de formare continuă şi valorificarea eficientă a resurselor şi tehnicilor de învăţare pentru propria dezvoltare – 1 PC

transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Parcurgerea acestui curs semestrial de limba străină îi va permite studentului: - Să dobândească competenţa necesară pentru a **comunica**, oral sau în scris, în contexte profesionale sau socioculturale diverse, prin mesaje cu grad de complexitate mediu; - Să-şi dezvolte strategii de învăţare individuale în vederea ameliorării propriei **competenţe lingvistice**, inclusiv **plurilingvă**, în funcţie de nevoile specifice, prin munca în echipă sau în autonomie; - Să-şi identifice şi să utilizeze **instrumentele lingvistice** esenţiale profesiei pentru care se pregătesc prin programul de studii urmat; - Să-şi aprofundeze noţiunile fundamentale despre **civilizaţia franceză** şi **europeană** - Să conştientizeze aspectul **diferenţelor culturale** reflectate în limbă şi a impactului acestora în interacţiunile profesionale.
7.2 Obiectivele specifice	- Dezvoltarea şi consolidarea unui vocabular economic prin abordarea unor texte specializate; - Dezvoltarea şi consolidarea mecanismelor gramaticale specifice textelor economice; - Sistematizarea cunoştinţelor teoretice şi practice în scopul decodării unui text de specialitate; - Familiarizarea studenţilor cu elemente lingvistice intratextuale caracteristice complexităţii discursului economic, a structurilor semantice şi funcţiilor categoriilor de texte amintite; - Dezvoltarea capacităţii de identificare a termenilor şi structurilor care trimit spre concepte particulare ale domeniului, al căror ancodaj / decodaj contextualizat impune consultarea specialistului din domeniul economic.

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1				
8.2. Aplicaţii: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observaţii Resurse folosite
1	**L'assurance-vie**	3	- Lectura dirijată - Ascultare suport audio/ - Conversaţia - Traducerea / versiunea - Exerciţii de lexic	Fişe de lucru, tablă / flipchart şi cretă / marker; casetofon/ laptop/ mp3 player pentru audiţii
2	**La rémunération des fonds en euros**	3		
3	**Les transports (maritime et aérien) en France**	2		
4	**L'agriculture française**	2		
5	***Test***	2		
6	**Le tourisme en Europe**	4	- Lectura dirijată - Ascultare suport audio/ - Conversaţia - Traducerea / versiunea - Exerciţii de lexic	Fişe de lucru, tablă / flipchart şi cretă / marker; casetofon/ laptop/ mp3 player pentru audiţii
7	**La situation économique de l'Algérie**	2		
8	**Le Canada en train : des chutes du Niagara à la côte Pacifique**	2		
9	**L'économie en Outre-mer**	3		
10	**La lettre commerciale**	3		
11	**Evaluation finale**	2		

Bibliografie:

BASSI, C, CHAPSAL, A-M., 2015, *Diplomatie.com*, CLE International
BLOOMFIELD, A., TAUZIN, B., 2011, *Affaires à suivre*, Hachette, Paris
CAILLAUD, C., 2013, *Modèles de lettres indispensables pour l'entreprise*, Éd. Nathan Prometis
CHERIFI, S., GIRARDEAU, B., MISTICHELLI, B., 2014, *Travailler en français «en entreprise» A2/B1 livre + CD audio*

rom, Didier
CILIANU-LASCU, C.; COICULESCU, A.; CHIŢU L.; FĂGUREL, O., 2010, *Mots et expressions – discours en économie*, Bucureşti, Ed. Teora
CLOOSE, Éliane, 2014, *Le français du monde du travail - Approche spécifique de l'économie et du monde des affaires*, Presses Universitaires de Grenoble
CONSTANTINESCU, I., 2014, *Le français des affaires*, Bucureşti, Ed. Milena Press
DELACOURT, F., 2006, *Le français des affaires*, Paris, De Vechi
DUBOIS, A-L., 2011, *Objectif express 1*, Hachette, Paris
DUBOIS, A-L., 2014, *Objectif express 2*, Hachette, Paris
GRUNEBERG, A., B. Tauzin, 2011, *Comment vont les affaires*, Paris, Hachette
HENNY, F., 2009, *Communiquons par l'écrit*, ASSAP
LORENTZ, M.A., 2013, *Le français du management. Créer une entreprise*, Bucureşti, Ed. ASE
PENFORNIS, J.-L., 2011, *Français.com*, Paris, CLE International
PERRAT, P., 2014, *Les règles d'or de l'écriture en entreprise. Réussir vos mails, newletters, comptes rendus, rapports, communiqués de presse*, L'Etudiant
SAVIN, V., C. – A. Savin, 2012, *Dicţionar francez-român (administrativ, comercial, economic, financiar-bancar, juridic)*, Cluj-Napoca, Ed. Dacia Educaţional
TOADER, M., 2012, *Le français des affaires*, Cluj-Napoca, PUC
TOMESCU, M., 2011, *Le français économique et administratif*, Ed. Pygmalion, Piteşti
TOMESCU, M., 2010, *Le français économique pour l'enseignement à distance,* Ed. Universităţii din Piteşti (suport electronic)
TOMESCU, M., 2017, *Le Français du monde du travail et des affaires*, Editura Universităţii din Piteşti (support electronic)
WILLIAMS, S., N., – MCANDREW, Cazorla, 2007, *Franceza pentru oameni de afaceri*, Bucureşti, Ed. Teora

Revues :
- *Expansion*, *Capital*, *Action commerciale*, *Le nouvel économiste*, *Revue d'économie politique*

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori din domeniul aferent programului

Prin nivelul de limbă dobândit la finalul cursului, studentul poate să înţeleagă ideile principale din texte complexe pe teme concrete şi abstracte, inclusiv în discuţii tehnice din specialitatea sa. Poate să comunice cu un anumit grad de spontaneitate şi de fluenţă cu un vorbitor nativ. Poate să acţioneze şi să execute sarcini profesionale, în mediul din specialitatea sa, pe baza comunicării lingvistice. Poate să utilizeze limba cu eficacitate în viaţa socială, profesională sau academică.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs			
10.5 Seminar	- participarea activă la seminar - gradul de încadrare în cerinţele impuse în ceea ce priveşte realizarea temei de casă.	*Evaluare formativă, în timpul semestrului*. - participarea activă la seminar - test semestru - temă de casă. *Evaluare sumativă, la sfârşitul semestrului*.	 20% 30% 20% 30%
10.6 Standard minim de performanţă	Aproprierea noţiunilor fundamentale abordate		

Data completării
15 septembrie 2019

Titular de curs,
-

Titular de seminar,
Conf. univ. dr. Florinela ȘERBĂNICĂ

Data aprobării în Consiliul departamentului,
27 septembrie 2019

Director de departament,
(prestator)
Conf. univ. dr. Laura Cîţu

Director de departament,
(beneficiar),
Conf. univ. dr. Daniela Mihai