

FIȘA DISCIPLINEI
AMENAJAREA TURISTICĂ A TERITORIULUI
 Anul universitar 2019 – 2020

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2. Facultatea	Facultatea de Științe Economice și 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 studii	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor / economist

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Amenajarea turistică a teritoriului					
2.2	Titularul activităților de curs					Lect. univ. dr. Toma Smaranda					
2.3	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Toma Smaranda					
2.4	Anul de studii	III	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 săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								20
Tutorat								5
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională 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. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Geografie economică, Economie, Economia turismului, Resurse și destinații turistice
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 1 PC C.4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare – 1 PC C.5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii – 2 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Disciplina <i>Amenajarea turistică a teritoriului</i> are menirea de a transmite studenților complexitatea acestui proces dinamic de organizare științifică a spațiului turistic, luând în considerare relațiile dintre mediu și colectivitățile umane, precum și toți factorii care influențează aceste relații. Amenajarea turistică ține cont atât de caracteristicile teritoriului (resurse, activități, funcțiuni) cât și de posibilitățile de exploatare în condiții de eficiență a acestuia. Amenajarea turistică are rolul de a
--	---

	asigura dezvoltarea turismului și valorificarea turistică optimă a teritoriului, de a găsi soluții de multiplicare a efectelor turismului în economia zonei și de a integra planurile de dezvoltare a turismului în strategia dezvoltării economico-sociale a teritoriului.
7.2. Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Înțelegerea rolului amenajării turistice eficiente și raționale a teritoriului 2. Analiza turismului prin prisma complexității potențialului turistic și a fenomenelor social-economice condiționate de valorificarea acestuia; 3. Deprinderea studenților cu metodele și instrumentele de analiză specifice (indicatori turistici); 4. Deprinderea studenților cu etapele de elaborare și realizare a noilor proiecte; 5. Deprinderea studenților cu soluțiile de stimulare a circulației ecoturistice și de asigurare a integrării turismului în economia teritoriului. B. Obiective procedurale 1. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice amenajării turistice a teritoriului; 2. Culegerea și prelucrarea de date din surse documentare alternative și din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor care influențează amenajarea turistică a teritoriului; 3. Formarea deprinderilor de utilizare a instrumentelor statistice în evaluarea circulației turistice; 4. Utilizarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor utilizate în cercetarea activității turistice dintr-o zonă sau țară. C. Obiective atitudinale 1. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în turism. 2. Valorificarea propriului potențial prin realizarea cercetării de grup sau individuală în analiza și previziunea fenomenului turistic; 3. Manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de rolul și importanța turismului în activitatea economică și socială.

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Amenajarea turistică a teritoriului: concepte, definiții, principii 1.1. Concepte și principii de amenajare turistică 1.2. Tipuri de amenajare turistică 1.3. Considerații generale privind organizarea activităților în turism și amenajarea spațiului turistic 1.4. Conducerea și organizarea activităților de turism în România 1.5. Strategii de amenajare turistică a teritoriului 1.6. Concluzii privind politica, legislația și organizarea activităților turistice în România	2	▪ prelegerea ▪ explicația ▪ expunerea cu material suport ▪ dezbaterile cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power – point)</i> ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
2	Potențialul turistic. Unitățile taxonomice ale spațiilor turistice amenajate. Stațiunile turistice 2.1. Patrimoniu turistic, ofertă turistică, potențial turistic 2.2. Unități taxonomice ale spațiilor turistice amenajate 2.3. Stațiunea turistică: definiții, clasificare, atestare 2.4. Clasificarea și ierarhizarea zonelor turistice pe baza potențialului turistic	4		
3	Amenajarea turistică a zonelor montane 3.1. Organizarea și valorificarea spațiului turistic montan 3.2. Stațiunile turistice montane 3.3. Criterii de bază aplicabile în amenajarea unei stațiuni pentru sporturi de iarnă 3.4. Principalele obiective ale strategiei dezvoltării turismului montan în România	4		
4	Amenajarea turistică a stațiunilor balneoclimaterice și climaterice 4.1. Potențialul turistic balneoclimateric și climateric 4.2. Criterii de clasificare a stațiunilor turistice balneoclimaterice și climaterice 4.3. Echiparea turistică a stațiunilor balneoclimaterice și climaterice 4.4. Strategii de dezvoltare și amenajare a spațiilor turistice balneoclimaterice și climaterice	4		
5	Amenajarea turistică a zonelor litorale 5.1. Potențialul turistic al litoralului 5.2. Criterii și norme de amenajare turistică a litoralului 5.3. Amenajarea spațiului turistic balnear-litoral 5.4. Modele de amenajare și valorificare turistică în principalele zone turistice de litoral ale lumii 5.5. Turismul litoral românesc – evoluție și perspective (baza	4		

	tehnico-materială, programe naționale de amenajare turistică a litoralului)			
6	Amenajarea pentru turism și agrement a zonelor urbane și periurbane 6.1.Dimensiunile cererii turistice urbane și baza materială de agrement urban 6.2.Principii de amenajare și valorificare turistică în perimetrul marilor orașe 6.3.Modele de amenajare turistică a zonelor urbane și periurbane pentru turismul de week-end	2		
7	Amenajarea turistică a ariilor protejate 7.1.Potențialul turistic a ariilor protejate și organizarea acestora 7.2.Criterii de valorificare a parcurilor și rezervațiilor naturale 7.3.Ecoturismul, formă a turismului durabil 7.4.Amenajarea turistică a principalelor destinații ecoturistice pe glob 7.5.Structuri ecoturistice în România	2		
8	Turism rural și agroturism: concepte și definiții 8.1.Potențialul turistic rural 8.2.Amenajarea și echiparea satelor turistice 8.3.Legislație, tipologie și clasificarea satelor turistice 8.4.Organizarea, dezvoltarea și promovarea turismului rural și agroturismului	2		
9	Tipuri și forme de turism. Protecția și conservarea resurselor turistice 9.1.Tipuri de turism 9.2.Forme de turism 9.3.Tipuri și forme de turism practicate în România 9.4.Capacitatea de suport a mediului și tipurile majore de impact dintre turism și mediu	2		
10	Priorități în dezvoltarea zonelor turistice ale României. Dezvoltarea în perspectivă a zonelor turistice	2		

Bibliografie:

- Bâc D.P., Turismul și dezvoltarea durabilă: realități, provocări, oportunități, Editura Economică, București, 2013.
- Băltărețu Andreea Mihaela, Amenajarea turistică a teritoriului, Editura Universitară, 2013.
- Cândea Melinda, Simon Tamara, Bogan Elena, Patrimoniul turistic al României, Editura Editura Universitară, București, 2012.
- Diaconu Mihaela, Micu Cristina, Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii, Editura Universității din Pitești, 2010
- Erdeli G., Gheorghilaș A., Amenajări turistice, Editura Universitară, București, 2006.
- Firoiu Daniela, Resursele umane în turism, Editura Universitară, București, 2005.
- Gheorghilaș A., Geografia turismului internațional, Editura Universitară, București, 2005.
- Glăvan V., Potențialul turistic și valorificarea sa, Editura Fundației România de Măine, București, 2006.
- Glăvan V., Geografia turismului, Editura Fundației România de Măine, București, 2007.
- Ielenicz M. și colab., România. Enciclopedie turistică, Editura Corint, București, 2003.
- Ielenicz M., Comănescu Laura, România. Potențial turistic, Editura Universitară, București, 2006.
- Ioncică Maria, Stănculescu Gabriela, Economia turismului și serviciilor, Editura Uranus, București, 2006.
- Iordache Carmen Maria, Economia turismului, Editura Independența Economică, Pitești, 2008.
- Leiper N., Tourism Management (5th Ed.), Malaysia: Pearson Education Australia, 2010.
- Mihai Daniela, Grosu Mădălina, Management, aplicații în comerț. Managementul activităților turistice, Editura Sitech, Craiova, 2005.
- Miu Florentina, Simoni Smaranda, Ecoturism și turism rural, Editura Universității din Pitești, 2012.
- Nistoreanu P., Ecoturism și turism rural, Editura ASE, București, 2006.
- Nistoreanu P. (coord.), Turism rural, Editura C.H.Beck, București, 2010.
- Niță I, Niță C., Piața turistică a României. Realități-mecanisme-tendințe, Editura Economică, București, 2008.
- Page S.J., Tourism Mananagement, Elsevier Ltd., Oxford, 2007.
- Pender L., Sharpley R., The Management of Tourism, SAGE Publications Ltd, London, 2005.
- Simoni Smaranda, Mihai Daniela, Amenajarea turistică a teritoriului, suport de curs (format electronic) platforma IFR a Universității Pitești, 2017.
- Stănculescu Gabriela (coord.), Lexicon de termeni turistici, Editura Oscar Print, București, 2002.
- Stănculescu Gabriela, Micu Cristina, Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz, Editura C.H. Beck, București, 2009.
- Tribe J., 2006, The economics of recreation, leisure and tourism, Amsterdam, Elsevier, 2006.
- *** Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, United Nations, 2015.
- *** Tourism Highlights, UNWTO, 2017.
- *** World Tourism Barometer, UNWTO, 2017.
- *** Quick Start Guide to a Tourism Business, NEAP, 2006.

30. *** A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO, 2007.
31. *** International Tourism Overview. A Special Report from World Tourism Organization.
32. *** Tourism Market Trends, UNWTO, 2012.
33. *** Yearbook of Tourism Statistics, UNWTO, 2017.
34. Hotărârea nr. 24 din 12 ianuarie 2017 privind organizarea și funcționarea Ministerului Turismului, publicată în MO nr. 49/17.01.2017.
35. Hotărârea nr. 867/2006 pentru aprobarea normelor și criteriilor de atestare a stațiunilor turistice.
36. Hotărârea nr. 852 din 13 august 2008 pentru aprobarea normelor și criteriilor de atestare a stațiunilor turistice.
37. Hotărârea nr. 58 din 16 februarie 2017 pentru aprobarea atestării unor localități sau părți din localități ca stațiuni turistice de interes național sau local și pentru modificarea anexei nr. 5 la Hotărârea Guvernului nr. 852/2008 pentru aprobarea normelor și criteriilor de atestare a stațiunilor turistice, publicată în Monitorul Oficial nr. 138 din 23 februarie 2017.
38. www.turism.gov.ro, Proiectul Legea Turismului 2010, 2015, Autoritatea Națională pentru Turism și ulterior Ministerul Turismului.
39. www.insse.ro, Anuarele Statistice ale României – capitolul 20: Turism, 2012-2017.
40. www.mdrt.ro, Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026.
41. www.innse.ro, Turismul României. Breviar statistic, Institutul Național de Statistică, București, 2014-2017,.
42. www.insse.ro, Seria Turism, Institutul Național de Statistică, București, 2017.
43. www.turism.gov.ro, Lista localităților atestate ca stațiuni turistice, Autoritatea Națională pentru Turism.
44. www.vacantelatara.ro
45. www.romaniatravel.ro

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1.	Amenajarea turistică, o strategie de dezvoltare a ofertei turistice - Conceptul de potențial turistic, ofertă turistică, patrimoniu turistic - Analiza diagnostic a teritoriului, premisă a amenajării turistice - Studiu de caz: Model de conducere și organizare a turismului (Australia)	2	▪ Dialogul ▪ Lucrul în grup ▪ Conversația euristică	În cadrul primei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării <i>Resurse folosite:</i> • Scurte prezentări în power-point pentru descrierea studiilor de caz
2.	Stațiunea turistică (concept, clasificare, criterii de omologare, funcții)	2		
3.	Metode de analiză a fenomenului turistic - Operațiuni și instrumente de calcul - Prospectarea cererii și consumului turistic - Studiu de caz: Indicatori de cuantificare a circulației turistice - Studiu de caz: Analiza dinamicii și structurii circulației turistice din România din ultimii 25 de ani	2		
4.	Amenajarea, organizarea și dezvoltarea turismului pentru sporturi de iarnă - Analiza activității de turism în câteva stațiuni turistice montane - Particularitățile domeniului schiabil și ale pârtiilor - Dimensiuni ale domeniului schiabil - Indicatori sintetici și de corelație - Perspectivele turismului montan în România	2		
5.	Direcții și strategii ale produsului stațiunilor turistice montane - Particularizarea strategiilor de dezvoltare a stațiunilor montane românești - Concepția de dezvoltare a turismului montan la nivel macroeconomic - Rolul statului în dezvoltarea turismului montan românesc	2		
6.	Valorificarea potențialului turistic natural al unităților de deal, podiș, câmpie și al luncilor – aplicație: organizarea și valorificarea zonei turistice Vâlcea-Câmpulung Muscel	2		
7.	Climatoterapia - Clima-resursă turistică. Tipuri de bioclimat. Climatoterapia - Indici utilizați în climatologia turistică - Aplicație: bioclimatul tonic-stimulent de munte, aeroterapia, cura de teren și alpinismul: spațiul montan din nordul Județului Argeș (Munții Făgăraș-lezer)	2		
8.	Potențialul balnear al României și strategii de organizare a spațiilor turistice balneare - Valorificarea potențialului balneoclimateric în stațiunile	2		

	din Carpații Orientali: Poiana Negri, Vatra Dornei, Borsec, Bilbor, Băile Tușnad, Balványos, Bixad, Malnaș Băi, Bodoc, Covasna, Biborțeni, Zizin			
9.	Amenajarea spațiului turistic balnear-litoral - Organizarea și amenajarea plajelor - Amenajări în sistemul club de vacanță - Organizarea și valorificarea spațiului turistic al litoralului românesc	2		
10.	Patrimoniul turistic cultural-istoric I - Potențialul turistic cultural și valorificarea sa în centrele urbane din Transilvania: Brașov, Sibiu, Cluj-Napoca, Bistrița, Târgu-Mureș, Sighișoara, Mediaș	2		
11.	Patrimoniul turistic cultural-istoric II - Biserici și mănăstiri aflate în patrimoniul universal U.N.E.S.C.O.: mănăstirile din nordul Moldovei și bisericile din lemn din Maramureș	2		
12.	Ecoturismul în România - Aree protejate din România - Aspecte legislative și amenajarea turistică a parcurilor naționale - Rezervația Biosferei Delta Dunării și traseele turistice de aici - Amenajări necesare în Parcul Național Retezat	2		
13.	Amenajarea și echiparea satelor pentru turism - Potențialul turistic etnocultural - Zonele etnografice din România - Tipuri de sate turistice	2		
14.	Valorificarea potențialului turistic al județului Argeș, tipuri de turism, strategii de amenajare turistică	2		

Bibliografie:

1. Băltărețu Andreea Mihaela, Amenajarea turistică a teritoriului, Editura Universitară, 2013.
2. Căndea Melinda, Simon Tamara, Bogan Elena, Patrimoniul turistic al României, Editura Editura Universitară, București, 2012.
3. Erdeli G., Gheorghilaș A., Amenajări turistice, Editura Universitară, București, 2006.
4. Ielenicz M. și colab., România. Enciclopedie turistică, Editura Corint, București, 2003.
5. Ielenicz M., Comănescu Laura, România. Potențial turistic, Editura Universitară, București, 2006.
6. Niță I, Niță C., Piața turistică a României. Realități-mecanisme-tendențe, Editura Economică, București, 2008.
7. Page S.J., Tourism Management, Elsevier Ltd., Oxford, 2007.
8. Simoni Smaranda, Mihai Daniela, Amenajarea turistică a teritoriului, suport de curs (format electronic) platforma IFR a Universității Pitești, 2017.
9. *** Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, United Nations, 2015.
10. *** Tourism Highlights, UNWTO, 2017.
11. *** World Tourism Barometer, UNWTO, 2017.
12. *** Quick Start Guide to a Tourism Business, NEAP, 2006.
13. *** A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO, 2007.
14. *** International Tourism Overview. A Special Report from World Tourism Organization.
15. *** Tourism Market Trends, UNWTO, 2012.
16. *** Yearbook of Tourism Statistics, UNWTO, 2017.
17. www.insse.ro, Anuarele Statistice ale României – capitolul 20: Turism, 2012-2017.
18. www.mdrt.ro, Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026.
19. www.turism.gov.ro, Proiectul Legea Turismului 2010, 2015, Autoritatea Națională pentru Turism și ulterior Ministerul Turismului.
20. www.innse.ro, Turismul României. Breviar statistic, Institutul Național de Statistică, București, 2014-2017,.
21. www.insse.ro, Seria Turism, Institutul Național de Statistică, București, 2017.
22. www.turism.gov.ro, Lista localităților atestate ca stațiuni turistice, Autoritatea Națională pentru Turism.
23. www.vacantelataro.ro
24. www.romaniatravel.ro

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și teoriilor însușite la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților comunității academice din domeniul Administrării Afacerilor.

- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniile Comerț, Turism și 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 și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare scrisă în timpul semestrului; - Evaluare finală.	10 % 50%
10.5 Seminar	- participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă. - Proiect	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog. - Prezentare orală proiect	20% 20%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea principalelor concepte specifice amenajării turistice eficiente și raționale a teritoriului.		

Data completării
18 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

FIȘA DISCIPLINEI
Managementul relațiilor cu furnizorii în comerț, turism, servicii
 anul universitar: 2019 - 2020

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și 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. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Managementul relațiilor cu furnizorii în comerț, turism, servicii					
2.2	Titularul activităților de curs					Conf. univ. dr. Daniela MIHAİ					
2.3	Titularul activităților de seminar					Conf. univ. dr. Daniela MIHAİ					
2.4	Anul de studii	III	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 săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								20
Tutorat								4
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională 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. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Management, Marketing, Economia întreprinderii
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector - Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii/laboratoare proiecte - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 2 PC C.4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare – 2 PC C.5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu fundamentele teoretice și metodologice ale aprovizionării de mărfuri și formarea deprinderilor practice necesare realizării ciclului aprovizionării cu resurse materiale a întreprinderii, în cele mai bune condiții, cu maximă rentabilitate și cheltuieli minim posibile.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Definirea corectă a obiectului de studiu al <i>managementului relațiilor cu furnizorii</i> și

	corelarea cu celelalte discipline; - Cunoașterea particularităților diferitelor modalități de organizare, coordonare și conducere a activităților specifice de asigurare cu resurse materiale a întreprinderii; - Cunoașterea, fundamentarea și interpretarea indicatorilor care definesc conținutul planului de aprovizionare; - Cunoașterea, înțelegerea și interpretarea diferitelor tipuri de stocuri utilizate în practica aprovizionării din întreprinderi și a metodelor de dimensionare a acestora; - Însușirea teoriilor privind cele mai recente metode, tehnici și sisteme moderne în managementul relațiilor cu furnizorii. B. Obiective procedurale - Formarea gândirii, atitudinii și spiritul economic orientat cu rigurozitate spre gospodărirea cu maximum de eficiență a resurselor materiale destinate susținerii producției agentului economic; - Identificarea oportunităților de aplicare a diferitelor modalități de organizare, coordonare și conducere a activităților specifice de asigurare cu resurse materiale a întreprinderii; - Formarea abilităților necesare derulării unei riguroase și amănunțite cercetări asupra pieței resurselor; - Formarea abilităților necesare fundamentării și operaționalizării planului și programelor de aprovizionare la nivelul întreprinderii; - Dezvoltarea capacității studentului de a percepe rolul și importanța analizei eficienței proceselor specifice aprovizionării. C. Obiective atitudinale - Capacitatea de a lucra în echipă; - Respectarea normelor de deontologie ale profesiei de manager; - Cultivarea unor atitudini constructive în contexte organizaționale variate.
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Tema nr. 1: ORGANIZAREA ȘI CONDUCEREA DEPARTAMENTULUI RELAȚII CU FURNIZORII 1.1. Locul, importanța și organizarea departamentului relații cu furnizorii în structura întreprinderii (3 ore) 1.2. Atribuții și responsabilități ale departamentului relații cu furnizorii. Sistemul relațiilor funcționale (3 ore)	6		
2	Tema nr. 2: CERCETAREA PIEȚEI RESURSELOR MATERIALE 2.1. Organizarea, conducerea și fundamentarea activității Marketing – Cumpărări; atribuții și responsabilități; sistemul relațiilor funcționale (2 ore) 2.2. Procesul cercetării pieței resurselor materiale. Programul marketing – cumpărări (2 ore)	4	- prelegerea - conversația euristică	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i>
3	Tema nr. 3: FUNDAMENTAREA ȘI OPERAȚIONALIZAREA PLANULUI DE CUMPĂRĂRI 3.1. Organizarea, conducerea și funcționarea activității Plan – Cumpărări; atribuții și responsabilități; sistemul relațiilor funcționale (2 ore) 3.2. Fundamentarea planului de cumpărări; negocierea, încheierea, evidența și urmărirea derulării contractelor; strategii prețuri cumpărări și plăți furnizori (4 ore) 3.3. Analiza eficienței procesului cumpărării (2 ore)	8	- exemplificarea - organizatorul grafic - exercițiul - dezbateră cu oponent imaginar	- Prezentări în power-point - Studii de caz - Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
4	Tema nr. 4: GESTIUNEA STOCURILOR 4.1. Organizarea, conducerea și funcționarea activității Stocuri; atribuții și responsabilități. Sistemul relațiilor funcționale (2 ore) 4.2. Considerente generale privind gestiunea stocurilor (2 ore) 4.3. Particularități ale procesului stocării resurselor materiale (2 ore) 4.4. Fundamentarea stocurilor de materiale și echipamente pentru producție (2 ore) 4.5. Aspecte economice privind stocurile (2 ore)	10		
Bibliografie 1. Bălan, C. – <i>Logistica</i> , Editura Uranus, București, 2006 2. Bășanu, Gh., Pricop, M. – <i>Managementul aprovizionării și desfacerii</i> , ediția a 3-a, Editura Economică, București, 2006 3. Chira Robert, <i>Logistica marfurilor</i> , Vol. I și Vol. II, Editura Pro Universitaria, 2016. 4. Drăghici, C., Mihai, D., <i>Managementul aprovizionării și vânzării – Curs destinat studenților IFR</i> , Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010 5. Drăghici, C., Mihai, D., <i>Managementul aprovizionării</i> , Editura Universitaria, Craiova, 2004				

6.	Drăghici, C., Mihai, D., <i>Managementul relațiilor cu furnizorii – Curs destinat studenților IFR</i> , Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
7.	Drăghici, C., Mihai, D., <i>Managementul relațiilor cu furnizorii</i> , Editura Sitech, Craiova, 2008
8.	Kotler, Philip, Pfoertsch Waldemar – <i>Business-to-business Brand Management</i> , Editura Brandbuilders , București, 2016
9.	Mihai Daniela, Brutu Mădălina , <i>Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă</i> , Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014
10.	Patriche Iulian, <i>Canale de distribuție și logistică</i> , Editura Prouniversitaria, București, 2012
11.	Udrescu M., Popescu-Cruceanu A., <i>Logistica și subsistemele logistice</i> , Editura Triatonic, București, 2011
12.	Van Weele, A. J., <i>Purchasing & Supply Chain Management</i> , 5 th edition, Cengage Learning EMEA, 2010
13.	Waters, C. D. J., <i>Logistics: An Introduction To Supply Chain Management</i> , Palgrave Macmillan, 2012

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor	2	▪ Dialogul ▪ Lucrul în grup ▪ Exercițiul ▪ Conversația euristică ▪ Dezbateră cu oponent imaginar	În cadrul primei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării Resurse: • Prezentări în power-point pentru descrierea studiilor de caz și stimularea exercițiilor • Studii de caz
2	Organizarea și conducerea aprovizionării	2		
3	Cercetarea pieței resurselor	4		
4	Fundamentarea și operaționalizarea planului de aprovizionare	6		
5	Elaborarea și derularea programelor de aprovizionare – transport	4		
6	Gestiunea stocurilor de materiale	8		
7	Evaluare periodică	2		

Bibliografie

1. Bășanu, Gh., Pricop, M., Gluvacov A. – *Managementul aprovizionării și desfacerii – Culegere de aplicații practice, teste grilă, studii de caz*, Editura Economică, București, 2011
2. Chira Robert, *Logistica marfurilor*, Vol. I și Vol. II, Editura Pro Universitaria, București, 2016
3. Drăghici, C., Mihai, D., *Managementul aprovizionării și vânzării – Curs destinat studenților IFR*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
4. Drăghici, C., Mihai, D., *Managementul relațiilor cu furnizorii – Curs destinat studenților IFR*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
5. Ghiani, G., Laporte, G., Musmano, R. – *Introduction to Logistics Systems Planning and Control*, John Wiley & Sons, 2010
6. **Mihai Daniela, Brutu Mădălina**, *Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014
7. Patriche Iulian, *Canale de distribuție și logistică*, Editura Prouniversitaria, 2012

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și metodelor specifice managementului relațiilor cu furnizorii vor satisface așteptările reprezentanților angajatorilor din domeniul economic;
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților mediului de afaceri.

Notă: Universitatea din Pitești evaluează periodic gradul de satisfacție al reprezentanților angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenți.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore): calitatea și coerența tratării celor 2 subiecte abordabile în manieră explicativ – argumentativă (20%) + un subiect de analiză și interpretare (30%)	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 - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii.	• Testare	20%
	• Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	20%

10.6 Standard minim de performanță	- cunoașterea <i>organizării structurale și a principalelor componente procesuale ale activității de aprovizionare</i> dintr-o firmă; - capacitatea de <i>fundamentare, elaborare și operaționalizare a planului de aprovizionare</i>; - cunoașterea principalelor <i>metode utilizate în fundamentarea și gestiunea stocurilor de resurse materiale</i>.
------------------------------------	---

Data completării
16 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

FIȘA DISCIPLINEI
Managementul calității în comerț, turism, servicii
2019-2020

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și 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. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Managementul calității în comerț, turism, servicii					
2.2	Titularul activităților de curs					Prof. univ. dr. Mihaela DIACONU					
2.3	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Crenguța SINISI					
2.4	Anul de studii	III	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 săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								14
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								20
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								-
3.7	Total ore studiu individual	58						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Studiul mărfurilor, Management, Marketing
4.2	De competențe	Capacitate de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector - Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 1 PC C.5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii – 3 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu conceptul calității și cu procesul de asigurare a calității în cadrul unităților economice
7.2 Obiectivele	A. Obiective cognitive

specifice	1. Cunoașterea și înțelegerea conceptelor calitate, sistemul de management al calității, asigurarea calității, îmbunătățirea calității; 2. Operarea și interpretarea conceptelor, situațiilor și proceselor asociate sistemelor de asigurare a calității în organizații; 3. Explicarea și interpretarea diferitelor metode și tehnici de analiză și îmbunătățire a calității specifice organizațiilor 4. Realizarea de studii secvențiale de implementare a calității pentru cazuri practice bine definite în condiții de asistență calificată
	5. Definirea corectă a obiectului de studiu, a instrumentelor și metodelor de lucru în domeniul calității B. Obiective procedurale 1. Corelarea unor experiențe practice cu unele teorii și modele privind managementul calității 2. Identificarea unor situații concrete de aplicare a metodelor referitoare la managementul calității 3. Folosirea teoriilor și instrumentelor referitoare managementul calității. C. Obiective atitudinale 1. Capacitatea de a lucra în echipă. 2. Cultivarea unor atitudini constructive în contexte organizaționale variate.

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Calitatea, factor al competitivității organizațiilor prestatoare de servicii 1.1. Coordonatele conceptului calitate în servicii 1.2. Orientarea către client, orientarea către calitate, satisfacția clientului – obiective strategice ale managementului modern al organizațiilor prestatoare de servicii	4 1 3	- prelegerea - exemplificarea - explicația - expunerea cu material suport - dezbateri cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentări în power –point)</i>
2	Evoluția conceptului calitate și contribuția caliticienilor la dezvoltarea sistemului calității 2.1. Evoluția în timp a modului de organizare a calității 2.2. Contribuția caliticienilor la dezvoltarea sistemului calității	2 1 1		
3	Fundamentele managementului calității 3.1. Managementul calității – concept 3.2. Funcțiile managementului calității 3.3. Principiile managementului calității 3.4. Politica referitoare la calitate - cadrul conceptual 3.5. Auditul calității	5 1 1 1 1 1		
4	Sistemul de management al calității 4.1. Sistemul de management al calității - concept, etape ale implementării, certificarea calității 4.2. Standardul și familia standardelor aplicate în dezvoltarea sistemului de management al calității 4.3. Documentația sistemului de management al calității 4.4. Particularitățile asigurării calității în domeniul serviciilor	8 1 2 3 2		
5	Îmbunătățirea continuă a calității în organizațiile prestatoare de servicii 5.1. Îmbunătățirea calității - preocupare permanentă a organizației modern 5.2. Metode și tehnici specifice strategiei îmbunătățirii continue 5.3. Măsuri de îmbunătățire a calității serviciilor în unitățile turistice 5.4. Modele ale excelenței în afaceri și în turism	9 2 2 3 2		
Bibliografie				
1. Lelia Chiru, Vasile Dinu, Antonia Cristiana Enache, Anca Gabriela Ilie, Irina Gabriela Maiorescu, Marieta Olaru, Bogdan Cristian Onete, Rodica Pamfilie, Roxana Sârbu, Violeta Simionescu, Calitate si excelența în afaceri, Editura A.S.E., București, 2013				
2. Ciobanu Varvara - Cum îmbunătățim calitatea-ghid practic, Editura Economică, 2009				
3. Diaconu Mihaela- Managementul calității în comerț, turism, servicii, Editura Universității din Pitești, 2017				
4. Diaconu Mihaela - Management, marketing în servicii, Editura Independența Economică, Pitești, 2007				
5. Diaconu Mihaela- Managementul calității, Editura Universitaria , Craiova, 2011				
6. Militaru Cezar, Drăguț Bogdănel, Zanfir Adriana – Management prin calitate, Editura Universitară, București, 2014				
7. Olaru Marieta ș.a.- Managementul calității, suport de curs, Editura ASE, 2009-2010				
8. C. Oprean, M. Țițu - Managementul calității în economia și organizația bazate pe cunoștințe, Editura AGIR, 2008				
9. Pop Cecilia - Managementul calității, Editura Alfa, Iași, 2007.				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite

1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, conținutul portofoliului de activități	1	- dialogul - dezbateri lucru în echipa - conversația euristică	Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului, Studii de caz, Fascicule din lucrarea practică
2	Cadrul conceptual al politicii calității	1		
3	Modalități de implementare a principalelor procese ale sistemului de management al calității - managementul relațiilor cu clienții - managementul resurselor umane - managementul procesului de realizare a produselor/ serviciilor	2		
4	Proceduri operaționale referitoare la asigurarea calității aplicate în cadrul unităților economice	4		
5	Modalități de abordare a relației cu clientul - cum aflăm ce își doresc clienții ? - cuantificarea satisfacției clientului - tehnici de investigație a calității produselor, serviciilor - procedură privind oferirea de produse, servicii de calitate de prima dată - principiile CRM	4		
6	Evaluarea furnizorilor	2		

Bibliografie

1. Lelia Chiru, Vasile Dinu, Antonia Cristiana Enache, Anca Gabriela Ilie, Irina Gabriela Maiorescu, Marieta Olaru, Bogdan Cristian Onete, Rodica Pamfilie, Roxana Sârbu, Violeta Simionescu, Calitate si excelenta in afaceri, Editura A.S.E., București, 2013
2. Ciobanu Varvara - Cum îmbunătățim calitatea-ghid practic, Editura Economică, 2009
3. Diaconu Mihaela - Management, marketing în servicii, Editura Independenta Economica, Pitesti, 2007
4. Diaconu Mihaela- Managementul calității, Editura Universitaria , Craiova, 2011
5. Diaconu Mihaela – Managementul calității in comerț, turism, servicii- fundamente teoretice, aplicații și studii de caz, Editura Universității din Pitești, 2017
6. Militaru Cezar, Drăguț Bogdănel, Zanfir Adriana – Management prin calitate, Editura Universitară, București, 2014
7. Olaru Marieta ș.a.- Managementul calității, suport de curs, Editura ASE, 2009-2010
8. C. Oprean, M. Țițu - Managementul calității în economia și organizația bazate pe cunoștințe, Editura AGIR, 2008
9. Pop Cecilia - Managementul calității, Editura Alfa , Iași, 2007.

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și modelelor referitoare la managementul calității din domeniul comerțului, turismului, serviciilor vor satisface așteptările reprezentanților angajatorilor din domeniul economic
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților 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 și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate	Evaluare scrisă finală Teste de verificare	50% 20%
10.5 Seminar	- capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate; - capacitatea de aplicare în practică	Participare activă la seminarii și realizarea portofoliului de activități	30%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei și explicarea interdependențelor dintre ele, respectiv conceptul calitate, sistemul de management al calității, organizarea activității de asigurare a calității într-o organizație		

Data completării
15 septembrie 2019

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

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Crenguța SINISI

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

FIȘA DISCIPLINEI
Analiză economico-financiară, 2019-2020

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerii
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Economia Comerțului, Turismului și a Serviciului / Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei				Analiză economico-financiară						
2.2	Titularul activităților de curs				Lect. univ. dr. Gădoi Mihaela						
2.3	Titularul activităților de seminar				Lect. univ. dr. Gădoi Mihaela						
2.4	Anul de studii	III	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 săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	<u>S</u> / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care curs	28	3.6	<u>S</u> / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								15
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								15
Tutorat								4
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională 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. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea noțiunilor economice fundamentale de economie, contabilitate, finanțe, statistică dobândite în anii anteriori de facultate.
4.2	De competențe	Utilizarea adecvată a cunoștințelor fundamentale de teorie economică; Culegerea, prelucrarea și analiza datelor economice în cadrul organizațiilor; Utilizarea eficientă a resurselor sistemelor de calcul, de operare și ale internetului; Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	Dotarea sălii de seminar cu tablă / flipchart și cretă / marker; fiecare student folosește un minicalculator pentru rezolvarea studiilor de caz; participarea studenților la susținerea testului; participarea studenților la seminarii.

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 1 PC C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 1 PC C.4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1	Obiectivul general	Să dezvolte capacitatea de analiză și sinteză a studenților, prin însușirea unor metode și
-----	--------------------	--

al disciplinei	tehnici de investigare, cuantificare și interpretare a fenomenelor și proceselor economice care reflectă activitatea entității.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Să identifice și să cunoască un sistem de indicatori economico-financiar utilizați în analiza performanțelor și a poziției financiare a entităților economice; 2. Să cunoască sursele informaționale pentru analiza economico-financiară; 3. Să definească și să descrie factorii care influențează indicatorii economico-financiar; 4. Să explice și să interpreteze corect complexul de cauze care influențează rezultatele activității entității și să propună măsuri pentru creșterea performanțelor; 5. Să cunoască metodologia analizei economico-financiare în vederea cuantificării influențelor factorilor care determină fenomenele economice. <u>B. Obiective procedurale</u> 1. Să utilizeze modelele de analiză esențiale pentru interpretarea indicatorilor economico-financiar; 2. Să utilizeze metodele specifice analizei economico-financiare pentru fundamentarea procesului decizional; 3. Să creeze deprinderile de a utiliza instrumentele statistico-matematice în practica analizei economico-financiare pentru calculul indicatorilor și a influențelor factorilor; 4. Să dezvolte capacitatea de interpretare a informațiilor financiar – contabile. <u>C. Obiective atitudinale</u> 1. Să se familiarizeze cu rolurile specifice muncii în echipă și să coopereze în activitățile specifice pentru rezolvarea diferitelor teme de casă și studii de caz; 2. Să dezvolte un raționament științific adecvat și corect fundamentat pentru a interpreta și sintetiza activitatea entității.

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Bazele teoretice și metodologice ale analizei economico-financiare; Analiza economico – financiară : necesitate, conținut, tipuri, obiective, surse informaționale	2	Prelegerea, explicația, descrierea, exercițiul	Studentii vor fi informați cu privire la criteriile de evaluare si vor primi o bibliografie minimala cu ajutorul careia vor realiza temele de casa; Expunerea cu material suport, Studiul de caz.
2	Metode și tehnici utilizate în analiza economico-financiară	2		
3	Analiza diagnostic a activității de producție și comercializare: Analiza cifrei de afaceri. Particularități ale cifrei de afaceri în turism; Analiza producției exercițiului	3		
4	Analiza marjei comerciale; Analiza valorii adăugate	2		
5	Analiza gestiunii resurselor umane: Analiza asigurării cu personal din punct de vedere cantitativ, structural și calitativ;	3		
6	Analiza productivității muncii și a consecințelor sale economico-financiare	2		
7	Analiza cheltuielilor Analiza cheltuielilor la 1000 lei venituri	3		
8	Analiza cheltuielilor cu personalul Analiza cheltuielilor financiare	3		
9	Analiza rentabilității Analiza dinamicii și structurii rezultatelor pe baza soldurilor intermediare de gestiune Analiza structurală și factorială a profitului	3		
10	Analiza ratelor de rentabilitate Analiza rentabilității pe baza pragului de rentabilitate	2		
11	Analiza poziției financiare pe baza bilanțului Analiza dinamicii și structurii activelor Analiza dinamicii și structurii pasivelor (datoriilor și capitalurilor proprii) Analiza echilibrului financiar	3		
Bibliografie 1. M.D. Bondoc, <i>Analiza performanțelor întreprinderii</i> , Editura Sitech, Craiova, 2014 2. D. Bondoc, M. Gâdoi, <i>Analiza economico-financiară –suport de curs pentru învățământul frecvență redusă (pe suport electronic)</i> , 2016 3. M. Gâdoi, <i>Perfecționarea diagnosticului financiar</i> , Ed.Universitară, București, 2015 4. I. Pană, D. Bondoc, M. Țaicu, <i>Analiză economico-financiară. Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă</i> , Editura Universității din Pitești, 2009 5. S. Petrescu, <i>Analiză și diagnostic financiar-contabil. Ghid teoretico-aplicativ</i> , Ed. CECCAR, București, ediția a III-a, 2010				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite

1	Analiza economico- financiara: necesitate, continut, tipuri, obiective, surse informationale.	2	Explicații, exerciții, dezbateri	În cadrul primei întâlniri se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile utilizate în evaluarea rezultatelor învățării. La rezolvarea studiilor de caz se vor utiliza minicalculatoare. Lucrare de control.
2	Metode și tehnici utilizate în analiza economico-financiară	2		
3	Analiza diagnostic a activității de producție și comercializare: analiza cifrei de afaceri, particularități ale cifrei de afaceri în turism,	2		
4	Analiza diagnostic a activității de producție și comercializare: analiza producției exercitiului, analiza marjei comerciale, analiza valorii adăugate	2		
5	Analiza gestiunii resurselor umane. Analiza cheltuielilor: cheltuielile la 1000 lei venituri	2		
6	Analiza rentabilității;	2		
7	Analiza ratelor de rentabilitate . Analiza poziției financiare pe baza bilanțului	2		

Bibliografie

1. M.D. Bondoc, *Analiza performanțelor întreprinderii*, Editura Sitech, Craiova, 2014
2. M. Gâdoiu, *Analiza economico-financiară* –suport de curs pentru învățământul frecvență redusă (pe suport electronic), 2016
3. M. Gâdoiu, *Perfecționarea diagnosticului financiar*, Ed.Universitară, București, 2015
4. I.Pană, D. Bondoc, M. Țaicu, *Analiză economico-financiară. Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă*, Editura Universității din Pitești, 2009
5. S. Petrescu, *Analiză și diagnostic financiar-contabil. Ghid teoretico-aplicativ*, Ed. CECCAR, București, ediția a III-a, 2010

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

În vederea actualizării și îmbunătățirii conținutului disciplinei, cadrele didactice au participat la următoarele activități:

- schimb de bune practici cu colegi din alte centre universitare (București, Timișoara, Iasi, Cluj);
- workshop-uri cu participarea unor specialiști din domenii

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Evaluare finală	Proba scrisă	50%
10.5 Seminar	Activitate seminar	Evaluarea participării studentului în timpul seminarului	20%
	Evaluare periodică	Lucrare de control	20%
	Teme de casă	Corectitudinea rezolvării temelor de casă	10%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei și explicarea dinamicii principalilor indicatori economico – financiari pe baza influenței factorilor specifici.		

Data completării
16 septembrie 2019

Titular de curs,
Lect. univ. dr. Gâdoiu Mihaela

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Gâdoiu Mihaela

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

FIȘA DISCIPLINEI
Managementul proiectelor în afaceri, anul universitar: 2019 - 2020

1. Date despre program

1.1.	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2.	Facultatea/Departamentul	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3.	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4.	Domeniul de studii	Adminstrarea Afacerilor
1.5.	Ciclul de studii	Licență
1.6.	Programul de studii/ Calificarea	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor / Economist

2. Date despre disciplină

2.1						Denumirea disciplinei						Managementul proiectelor în afaceri											
2.2						Titularul activităților de curs						Lect. univ. dr. Nicoleta DASCĂLU											
2.3						Titularul activităților de seminar						Lect. univ. dr. Nicoleta DASCĂLU											
2.4		Anul de studii		III		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 săptămână	2	3.2	din care curs	1	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	28	3.5	din care curs	14	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								20
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională 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. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea elementelor de Microeconomie, disciplină studiată în anul I și a celor de Management și Marketing, discipline studiate în sem. 1 din anul II.
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 1 PC C.5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.6. Asistență în managementul resurselor umane – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Însușirea de către studenți a principalelor fundamente teoretice ale Managementului proiectelor în afaceri
--	--

7.2. Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive
	1. Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază ale domeniului și ale ariei de specializare; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională 2. Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului
	B. Obiective procedurale 1. Utilizarea adecvată de criterii și metode standard de evaluare, pentru a aprecia calitatea, meritele și limitele unor procese, programe, proiecte, concepte, metode și teorii; 2. Elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu 3. Standarde minimale de performanță pentru evaluarea competențe
	C. Obiective atitudinale 1. Executarea responsabilă a sarcinilor profesionale, în condiții de autonomie restrânsă și asistență calificată 2. Familiarizarea cu rolurile și activitățile specifice muncii în echipă și distribuirea de sarcini pentru nivelurile subordonate 3. Conștientizarea nevoii de formare continuă; utilizarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare, pentru dezvoltarea personală și profesională

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Conceptul general de proiect. Clarificări și delimitări conceptuale privind proiectele 1.1 Proiectul – definire, caracteristici 1.2 Caracteristicile unui proiect. Clasificarea proiectelor 1.3 Contextul proiectului 1.4 Factorii de succes și de eșec ai proiectelor	1	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic ▪ exercițiul ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> Prezentări în power-point Studii de caz
2	Managerul și echipa de proiect 2.1 Managerul de proiect 2.2 Echipa de proiect 2.3 Structuri organizatorice în managementul proiectelor 2.4 Sponsorul proiectului	2		
3	Conceperea proiectelor prin analiza și ingineria valorii 3.1 Analiza și ingineria valorii – concept și obiect de studiu 3.2 Analiza funcțională 3.3 Dimensionarea funcțiilor 3.4 Analiza sistemică a funcțiilor	2		
4	Inițierea și lansarea proiectelor 4.1 Identificarea și formularea proiectului. Pregătirea inițierii 4.2 Managementul factorilor care influențează derularea proiectelor 4.3 Reuniunea de inițiere a proiectului. Evidența derulării proiectului. Rezumatul proiectului 4.4 Managementul riscurilor 4.5 Evaluarea economică a proiectului. Lansarea proiectului	2		
5	Reprezentarea proiectelor prin procedeul AON. Metoda MPM (Potentiale Metra) 5.1. Reguli de construire a rețelei AoN 5.2. Diagrame de precedentă	2		
6	Metoda Pert (Program Evaluation and Review Technique)	1		
7	Derularea proiectelor 7.1 Lansarea în execuție a proiectelor 7.2 Monitorizarea și stabilirea acțiunilor de corecție 7.3 Controlul și evaluarea derulării proiectului	2		
8	Finalizarea proiectelor 8.1 Perturbații la finalul proiectului 8.2 Predarea și acceptarea proiectului 8.3 Reuniunea de finalizare a proiectului 8.4 Evaluarea post - proiect	2		
Bibliografie				

1. Bonghez, S., <i>Managementul de proiect - adevar sau provocare?</i> Editura Universul Juridic, București, 2013. 2. Cruceru, A. (Coordonator), <i>Managementul Proiectelor</i>, Editura Universitară, București, 2012 3. Dascălu, N.. - <i>Managementul proiectelor, Manual pentru învățământul Frecvență redusă (format electronic)</i>, 2016 4. Deac, V.- <i>Management</i>, Editura ASE, București, 2016 5. Ghenea, M. – <i>Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri</i>, SC Universul juridic SRL, 2011 6. Gorghiu, L.,M., Gorghiu, G., Stan, M.F. - <i>Managementul proiectelor – o abordare orientată pe aplicații</i>, Editura Bibliotheca, București, 2009 7. Grigorescu, A. - <i>Practica managementului proiectelor</i>, Editura Uranus, București, 2009 8. Kerzner, H. - <i>Management de proiect. Abordare sistemică</i>, Editura Codecs, 2011 9. Le Dantec, Tanguy - <i>Managementul proiectelor prin exemple</i>, Editura CH Beck, bucurești, 2009 10. Lock. D. - <i>Managementul proiectului</i>, Editura Monitorul Oficial, 2010 11. Mc Collum, J., Banacu, C.S. - <i>Management de proiect – o abordare practică</i>, Editura Universitară, București, 2007 12. Nasar, S. – <i>Geniul economic. Extraordinara poveste a genilor care au fondat economia modernă</i>, Editura ALL, București, 2014 13. Newton, R. - <i>Management de proiect- pas cu pas</i>, Editura Meteor Press, București, 2008 14. Novac, C. - <i>Managementul echipei de proiect</i>, Editura Tritonic, București, 2014 15. Postăvaru, N. – <i>Decizie și previziune</i>, Editura MatrixRom, București, 2014 16. Postăvaru, N., Băncilă, S., Iociu, C. - <i>Management integrat al proiectelor investiționale</i>, Editura Matrixrom, București, 2014 17. Radu, V., Bănuț, S.C., Dobrea, R.C., Simion, C.P. - <i>Managementul proiectelor</i>, Editura Universitară, București, 2010				
8.2. Aplicații: Proiect		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor de casă. Tipologia proiectelor. Mixul de marketing în managementul proiectelor Structuri organizatorice în managementul proiectelor	2	- dialogul - dezbateri lucru în echipa - conversația euristică	Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
2	Analiza funcțională și dimensionarea funcțiilor prin Analiza și ingineria valorii	2		
3	Evaluarea economică a proiectelor. Costuri generate de un proiect. Estimarea costurilor. Managementul riscurilor	2		
4	Aplicarea metodei M.P.M. în calculul și derularea proiectelor	2		
5	Aplicarea metodei P.E.R.T. în calculul și derularea proiectelor	4		
6	Evaluare finală	2		
Bibliografie				
1. Bonghez, S., <i>Managementul de proiect - adevar sau provocare?</i> Editura Universul Juridic, București, 2013. 2. Cruceru, A. (Coordonator), <i>Managementul Proiectelor</i>, Editura Universitară, București, 2012 3. Dascălu, N.. - <i>Managementul proiectelor, Manual pentru învățământul Frecvență redusă (format electronic)</i>, 2016 4. Deac, V.- <i>Management</i>, Editura ASE, București, 2016 5. Gorghiu, L.,M., Gorghiu, G., Stan, M.F. - <i>Managementul proiectelor – o abordare orientată pe aplicații</i>, Editura Bibliotheca, București, 2009 6. Grigorescu, A. - <i>Practica managementului proiectelor</i>, Editura Uranus, București, 2009 7. Kerzner, H. - <i>Management de proiect. Abordare sistemică</i>, Editura Codecs, 2011 8. Le Dantec, Tanguy - <i>Managementul proiectelor prin exemple</i>, Editura CH Beck, București, 2009 9. Lock. D. - <i>Managementul proiectului</i>, Editura Monitorul Oficial, 2010 10. Mc Collum, J., Banacu, C.S. - <i>Management de proiect – o abordare practică</i>, Editura Universitară, București, 2007 11. Nasar, S. – <i>Geniul economic. Extraordinara poveste a genilor care au fondat economia modernă</i>, Editura ALL, București, 2014 12. Novac, C. - <i>Managementul echipei de proiect</i>, Editura Tritonic, București, 2014 13. Postăvaru, N. – <i>Decizie și previziune</i>, Editura MatrixRom, București, 2014 14. Postăvaru, N., Băncilă, S., Iociu, C. - <i>Management integrat al proiectelor investiționale</i>, Editura Matrixrom, București, 2014				

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și metodelor de managementul proiectelor în afaceri vor satisface așteptările reprezentanților angajatorilor din domeniul afacerilor;
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților mediului de afaceri.

Notă: Universitatea din Pitești evaluează periodic gradul de satisfacție al reprezentanților angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenți.

10. Evaluare:

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluare finală	30%
10.5 Seminar	- participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temelor de casă.	Evaluarea răspunsurilor și intervențiilor studentului în activitățile de seminar	20%
		Evaluare scrisă în timpul semestrului;	30%
		Evaluarea prezentării temei de casă	20%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea conceptelor de bază specifice disciplinei Managementul proiectelor în afaceri		

Data completării
17 septembrie 2019

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

Titular de seminar,
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

FIȘA DISCIPLINEI
Comunicare și relații publice, 2019-2020

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și 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					Comunicare și relații publice					
2.2	Titularul activităților de curs					Conf. univ. dr. Secară Carmen Gabriela					
2.3	Titularul activităților de seminar					Conf. univ. dr. Secară Carmen Gabriela					
2.4	Anul de studii	III	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 săptămână	2	3.2	din care curs	1	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	28	3.5	din care curs	14	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								15
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								18
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	47						
3.8	Total ore pe semestru	75						
3.9	Număr de credite	3						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Noțiuni elementare de marketing
4.2	De competențe	Capacități comunicare interpersonală, analiză, sinteză, raționament logic verbal, acuratețea ideilor expuse, corectitudine în folosirea normelor de gramatică ale limbii române.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Susținerea testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.6. Asistență în managementul resurselor umane – 1 PC
Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor și a normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în științele economice – 1 PC CT3. Utilizarea metodelor și tehnicilor eficiente de învățare pe tot parcursul vieții, în vederea formării și dezvoltării profesionale continue – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Însușirea tehnicilor de comunicare specifice atât individului, cât și organizațiilor, dezvoltarea abilităților de comunicare interpersonală, precum și elaborarea unor planuri, campanii complexe în domeniul relațiilor publice.
---------------------------------------	---

7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive Conștientizarea și înțelegerea complexității procesului de comunicare, prin prisma elementelor și a legăturilor dintre elemente în cadrul diverselor modele ale comunicării ; - Înțelegerea procesului de formare, atribuire și „tranzacționare” a semnificațiilor, în funcție de diversele contexte în care se desfășoară comunicarea; - Cunoașterea diferitelor categorii de semne și a situațiilor în care folosirea acestora asigură eficacitatea și eficiența comunicării; - Cunoașterea regulilor constitutive, respectiv normative ale comunicării ; - Identificarea punctelor tari și a punctelor slabe care caracterizează propriile acte de comunicare; - Înțelegerea impactului pe care îl are climatul suportiv/ de susținere asupra performanței în comunicare; - Asimilarea unui sistem adecvat de concepte din domeniul relațiilor publice. B. Obiective procedurale - Formarea unei obișnuințe/ practici de ascultare activă; - Formarea unui mod personal, asertiv și constructiv de vorbire, atât în sfera privată, cât și în sfera publică, atât în situații de cooperare, cât și în situații conflictuale; - Deprinderea artei de a elabora materiale scrise adecvate obiectivelor de comunicare; - Însușirea artei de a combina diverse categorii de semne în funcție de specificitatea situațiilor de comunicare ; - Cunoașterea și aplicarea principiilor care asigură o comunicare de grup eficientă; - Deprinderea artei de a pregăti și susține un discurs public; - Însușirea competenței de a realiza activități de relații publice în domeniul turismului. C. Obiective atitudinale - Dobândirea abilităților necesare pentru a comunica eficient în situații profesionale; - Dobândirea de către studenți a principalelor tehnici de comunicare și relații publice în vederea participării la interviul de angajare, pentru realizarea unor strategii de comunicare la nivel organizațional, pentru a realiza campanii de relații publice. - Însușirea unui comportament etic în sfera PR-ului și a publicității.
---------------------------	---

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	TEMA 1 <u>COMUNICAREA INTERUMANĂ EFICIENTĂ</u> 1.1. Definirea comunicării; Condițiile comunicării eficiente (1 oră) 1.2. Formele comunicării: comunicarea verbală, nonverbală și paraverbală (1 oră)	2	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul</i> <i>(prezentarea în power –point)</i>
2	TEMA 2 <u>PROGRAMAREA NEURO-LINGVISTICĂ</u>	3		
3	TEMA 3 <u>ANALIZA TRANZACȚIONALĂ</u> 3.1. Definirea analizei tranzacționale (1 oră) 3.2. Stările de spirit (1 oră)	2		
4	TEMA 4 <u>STRATEGIA DE COMUNICARE ÎNTR-O ORGANIZAȚIE DE COMERT/TURISM/SERVICII</u>	3		
5	TEMA 5 <u>CONCEPTUL DE RELAȚII PUBLICE ȘI EVOLUȚIA ACESTORA</u> 5.1. Noțiuni generale de relații publice (1 oră) 5.2. Departamentele și firmele de relații publice (1 oră)	2		
6	TEMA 6 <u>CAMPANIA DE RELAȚII PUBLICE</u> 6.1. Tipuri de campanii de relații publice (1 oră) 6.2. Derularea unei campanii de relații publice (1 oră)	2		
Bibliografie				
1	Adler, Ronald B. și Rodman, G.	- <i>Understanding Human Communication</i> , 9th edition, Oxford University Press, New York, 2006		
2	Balaban Delia, Cristina, Hosu Ioan, Mucundorfeanu Meda -	- <i>PR Trend. Development and Trends in Communication</i> , Mittweida Hochschulverg, Germany, 2013		
3	Chiru, I.	- <i>Comunicarea interpersonală</i> , Editura Tritonic, București, 2009		
4	Coman, C.	- <i>Tehnici de negociere</i> , Ed. C.H. Beck, Bucureși , 2007		
5	Comeciucamelia	- <i>Tendințe actuale în campaniile de relații publice</i> , Editura Polirom, 2013		
6	Dobrescu E..	- <i>Dictionar de comunicare, negociere si mediere</i> . Ed. C.H. Beck. 2007		

7	Botezat E. Drăgan, I.	- <i>Comunicarea. Paradigme și teorii</i> , vol. I-II, Editura RAO, București, 2007
8	Hargie, O., Dickson, D.	- <i>Skilled Interpersonal Communication, 4th edition</i> , London and New York, 2004
9	Prutianu, Ș.	- <i>Antrenamentul abilităților de negociere</i> , Editura Polirom, 2007
10	Mucchielli Alex	- <i>Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare</i> , Editura Polirom, 2015
11	Newsom, Doug	- <i>Totul despre relațiile publice</i> , Editura Polirom, Iași, 2013
12	Popescu, S.	- <i>Tehnici de comunicare și negociere – o perspectivă psihosociologică</i> , Ed. Hamangiu, 2014
13	Rujoiu, M.	- <i>Biblia negociatorului</i> , Editura Vidia, 2011
14	Popescu, D., M.	- <i>Comunicare și negociere în afaceri</i> , Ed. Bibliotecha, 2010
15	Shell, G., R.	- <i>Negocierea în avantaj</i> , Editura Codecs, București, 2007
16	Smith, Ronald D.,	- <i>Strategic Planning for Public Relations, 2nd edition</i> , Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, Mahwah (N.J.), London, 2005
17	Secară, C., G.	- <i>Comunicare și negociere comercială internațională – curs universitar-</i> , Editura Sitech, Craiova, 2011
18	Secară, C., G.	- <i>Comunicare și relații publice – suport de curs pentru I.F.R. (format electronic)</i> , 2016
19	Vasile, D.	- <i>Comunicare și negociere în afaceri</i> , Ed. ASE București, 2011.

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor și a referatelor	2	- dialogul - dezbateri lucru în echipă - conversația euristică - Analiza critic – constructivă a lucrărilor realizate	Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
2	Exerciții de autocunoaștere a comportamentului, personalității și temperamentului studenților	4		
3	Susținerea unui discurs de promovare a imaginii unui produs / servicii / organizații în fața unui public - țintă	2		
4	- Axa campaniei de relații publice ✓ Axa, sloganul, semnătura instituțională ✓ Formularea axei Studii de caz	2		
5	Realizarea unei campanii de promovare a unui produs / serviciu / organizație pe baza elementelor de identitate vizuală	2		
6	Evaluare finală	2		

Bibliografie:		
1.	Balaban, D., Abrudan, M.	- <i>Tendințe în PR și publicitate, planificare strategică și instrumente de comunicare</i> , Editura Tritonic, București, 2008
2.	Balaban, D.	- <i>Comunicare mediatică</i> , Ed. Tritonic, București, 2009
3.	Balaban, C., D., Hosu, I., Mucundorfeanu, M.	- <i>PR Trend. Development and Trends in Communication</i> , Mittweida Hochschulverg, Germany, 2013
4.	Dagenais, B.	- <i>Campania de relații publice</i> - , Editura Polirom, Iași, 2008
5.	Choen, H.	- <i>Arta de a negocia</i> , Editura Humanitas, București, 2007;
6.	Curry, J., E.	- <i>Negocieri internaționale în afaceri</i> , Editura Teora, București, 2000;
7.	Joannes, A.	- <i>Comunicarea prin imagini</i> , Editura Polirom, Iași, 2009
8.	Mucchielli, A.,	- <i>Comunicarea în instituții și organizații</i> , Editura Polirom, Iași, 2008
9.	Minulescu, M.,	- <i>Comunicare organizațională</i> , Editura Fundației România de Măine, București, 2004;
10.	Pânișoară, I., O.	- <i>Comunicarea eficientă</i> , Editura Polirom, Iași, 2006
11.	Popescu, S.,	- <i>Tehnici de comunicare și negociere – o perspectivă psihosociologică</i> , Ed. Hamangiu, 2014
12.	Secară, C., G.	- <i>Comunicare și relații publice – suport de curs pentru I.F.R. (format electronic)</i> , 2016
13.	Secară, C., G.	- <i>Comunicare și negociere comercială internațională – curs universitar-</i> , Editura Sitech, Craiova, 2011
14.	Tudor, D.	- <i>Relații publice în mediul internațional – curs universitar</i> , Editura SNSPA, București, 2006

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

- Competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările angajatorilor din domeniul administrarea afacerilor
- Întâlniri periodice cu angajatorii în scopul corelării conținutului disciplinei și metodelor de predare cu așteptările acestora

Notă: Universitate din Pitești evaluează periodic gradul de satisfacție al reprezentanților angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenți.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența 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 cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă.	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog. - Prezentarea orală a temei de casă; - Chestionare orală.	30% 20%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul comunicării și relațiilor publice 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Comunicare și relații publice" 3. Capacitatea de a aplica cunoștințele dobândite în realizarea unei campanii de relații publice.		

Data completării
19 septembrie 2019

Titular de curs,
Conf. univ. dr. Secară Carmen

Titular de seminar,
Conf. univ. dr. Secară Carmen

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

FIȘA DISCIPLINEI
Tehnica operațiunilor de turism
anul universitar: 2019 - 2020

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și 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					Tehnica operațiunilor de turism					
2.2	Titularul activităților de curs					Lect. univ. dr. Cristina MICU					
2.3	Titularul activităților de seminar / laborator					Lect. univ. dr. Cristina MICU					
2.4	Anul de studii	III	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 săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								20
Tutorat								4
Examinări								2
Alte activități								3
3.7	Total ore studiu individual	69						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Economia turismului, Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	Dotare a sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfășurare a laboratorului	Dotarea clasică a sălii de seminar

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	• C1: Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC; • C2: Comercializarea produselor/serviciilor – 2 PC; • C3: Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 1 PC; • C4: Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare – 1 PC;
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu terminologia operațiunilor de turism, cunoașterea modelelor de organizare și conducere a diferiților operatori din sectorul turistic (agenții de turis, tour-operatori, hoteluri, restaurant, transportatori), formarea abilităților profesionale în domeniul turismului.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte specifice activității turistice desfășurate de operatorii din turism; 2. Descrierea modalităților de concepere a produsului turistic și a tehnicilor de comercializare;

	3. Explicarea și interpretarea fluxurilor și a tehnicilor de comercializare diferențiat după natura produselor turistice. 4. Cunoașterea modalităților de contractare a serviciilor turistice, precum și a modalităților de plată. B. Obiective procedurale 1. Fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare; 2. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice turismului; 3. Analiza relațiilor dintre consumatorii și furnizorii serviciilor turistice; 4. Utilizarea unor metode de determinare a prețurilor serviciilor hoteliere și de restaurație; 5. Realizarea unor programe turistice și întocmirea documentelor necesare realizării acestora. C. Obiective atitudinale 1. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în domeniul turismului; 2. Cooperarea în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor activități desfășurate de firmele de turism; 3. Formarea unei atitudini pozitive față problemele consumatorilor de turism.
--	---

8. Conținuturi

8.1. Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Componente și operatori în dezvoltarea turismului	2	• Prelegerea • Explicația • Expunere cu material suport • Conversație euristică • Problematizare	Prezentare în power-point
2. Modele de organizare și conducere a firmelor de turism	3		
3. Agenția de turism – concept, tipologie și reglementări	2		
4. Structura tehnică a unei agenții de turism	2		
5. Mediul agențiilor de turism și operațiunile lor.	2		
6. Touroperatorii și produsele lor	3		
7. Distribuția și comercializarea produselor turistice	2		
8. Asigurarea și protecția turistului	2		
9. Transportatorii aerieni	2		
10. Alte forme de transport turistic	3		
11. Contractele de intermediere și asociere în turism	3		
12. Operațiuni și instrumente de plată în turism	2		
Bibliografie 1. Bobâlcă, Claudia, Țugulea, Oana, Maha, Andreea, Maha, Liviu George, <i>Internetul și agențiile de turism. Ce aleg tinerii turiști?</i>, Editura Universitară, 2014. 2. Cristureanu, Cristiana, <i>Strategii și tranzacții în turismul internațional</i>, Editura C.H. Beck, București, 2006. 3. Glăvan, Vasile, Nicula, Virgil, Copetchi, Virgil, <i>Agenția de turism: înființare, organizare, management, activitate, operații</i>, Editura Pro Universitaria, București, 2011. 4. Stănciulescu, Gabriela, Jugănar, Dănuț, <i>Animatia și animatorul în turism</i>, Editura Uranus, București, 2006. 5. Stănciulescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz</i>, Editura C.H. Beck, București, 2009. 6. Stănciulescu, Gabriela, <i>Managementul operațiunilor în turismul de evenimente</i>, Editura ASE, București, 2010. 7. Stănciulescu Gabriela, State Olimpia, <i>Tehnica operațiunilor de turism intern și internațional</i>, Editura C.H. Beck, București, 2013 8. Stănciulescu, Gabriela, <i>Managementul agenției de turism</i>, Ediția a III-a, Editura ASE, București, 2012. 9. Timothy Lee, Stănciulescu, Gabriela, <i>Practical principles in the tourism and hotel industry</i>, Editura , București, 2011.			
8.2. Seminar/Laborator*	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, prezentarea structurii proiectului și distribuirea temelor	2	Expunere Problematizare Exerciții de reflecție Dezbateri Explicație	Lucrul în echipă Prezentări proiecte
2. Modele de organizare a firmelor de turism.	2		Demonstrație cu ajutorul mijloacelor moderne audio-vizuale (scurte prezentări PowerPoint) Calcul economic
3. Mediul agențiilor de turism. Documente utilizate de agenția de turism.	2		
4. Fișa de prezentare a agenției de turism.	2		
5. Cota de piață a agenției de turism. Determinarea prețului de vânzare a produsului turistic.	2		
6. Conceperea și comercializarea unui produs turistic intern și internațional.	2		
7. Touroperatorii. Studii de caz pe touroperatorii aparținând diferitelor zone geografice.	2		
8. Documente folosite în serviciile de transport aerian.	2		
9. Garanția contractuală în cadrul unui contract încheiat între agenția de turism și hotel.	2		
10. Tarife de transport aerian.	2		
11. Companii aeriene low-cost.	2		

12. Sisteme de rezervări utilizate în turism	2		
13. Analiza principalilor indicatori financiari ai agenției de turism.	2		
14. Modele de contracte și vouchere	2		
Bibliografie: 1. Ban, Olimpia, <i>Tehnica operațiunilor de turism</i>, Universitatea din Oradea, 2010. 2. Bobâlcă, Claudia, Țugulea, Oana, Maha, Andreea, Maha, Liviu George, <i>Internetul și agențiile de turism. Ce aleg tinerii turiști?</i>, Editura Universitară, 2014. 3. Buruiană, Gianina, <i>Politici macroeconomice în turism</i>, Editura Uranus, București, 2008. 4. Glăvan, Vasile, Nicula, Virgil, Copetchi, Virgil, <i>Agencia de turism: înființare, organizare, management, activitate, operații</i>, Editura Pro Universitaria, București, 2011 5. Stănculescu, Gabriela, Pantelescu, Andreea Marin, <i>Tehnica operațiunilor de turism. Studii de caz și probleme</i>, Editura ASE, 2008 6. Stănculescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz</i>, Editura C.H. Beck, București, 2009. 7. Stănculescu, Gabriela, <i>Managementul agenției de turism</i>, Ediția a III-a, Editura ASE, București, 2012. 8. Stănculescu Gabriela, State Olimpia, <i>Tehnica operațiunilor de turism intern și internațional</i>, Editura C.H. Beck, București, 2013 9. Stepan Aurel, <i>Evoluția și stadiul actual al sistemelor informatice de rezervare hotelieră</i>, Timișoara, 2009 10. www.anat.ro 11. http://www.amadeus.net/plnext/meb/HomePageDispatcher.action?SITE=BCEUBCEU&LANGUAGE=GB 12. http://www.reservationseurope.com/hotel/czech/prague/galileo-hotel.html?gclid=CNWB07zHzZ0CFcQSzAodG3t9uA 13. www.travelocity.com 14. www.travelweb.com 15. www.enquest.com			

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și teoriilor însușite la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților comunității academice din domeniul turismului.
 - competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniul Administrarea Afacerilor în turism.
- Notă: Universitatea din Pitești evaluează periodic gradul de satisfacție al reprezentanților angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenți.

9. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore)	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. • Proiect - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea proiectului și chestionare orală	30% 20% 20%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea principalelor concepte specific operațiunilor de turism		

Data completării
21 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

FIȘA DISCIPLINEI
Managementul destinației turistice
anul universitar: 2019 - 2020

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și 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. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Managementul destinației turistice					
2.2	Titularul activităților de curs										
2.3	Titularul activităților de seminar										
2.4	Anul de studii	III	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 săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								24
Tutorat								3
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională 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. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Economia turismului, Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector - Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea clasică a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii.

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 2 PC C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 1 PC C.4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea aprofundată a principalelor noțiuni, abordări, tipuri de acțiuni și organizații din sfera administrării destinațiilor turistice.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte specifice domeniului managementul destinațiilor turistice. 2. Aplicarea și explicarea tehnicilor și a instrumentelor specifice activității organizațiilor ce acționează la nivelul destinațiilor turistice naționale și internaționale.

	3. Cunoașterea aprofundată a modalităților de gestionare a conceperii unui produs turistic reprezentat de o destinație turistică, a tehnicilor de comercializare și a comportamentului agenților economici în contextul creat de legislația și regulamentele aferente în vigoare. 4. <u>B. Obiective procedurale</u> 5. Fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare specifice destinațiilor turistice; 6. Identificarea unor situații concrete de aplicare a principiilor specifice managementului destinațiilor turistice; 7. Rezolvarea de probleme complexe asociate vânzării produselor turistice reprezentate de destinațiile turistice. 8. Analiza relațiilor dintre consumatorii și furnizorii ce acționează în sfera destinațiilor turistice și luarea deciziilor adecvate. 9. Realizarea unor programe turistice pe destinații turistice naționale și internaționale. <u>C. Obiective atitudinale</u> 10. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în domeniul managementului destinației turistice; 11. Cooperarea în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor activități desfășurate la nivelul destinațiilor turistice.
--	---

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Destinația turistică – concept și particularități	2	- prelegerea - exemplificarea - expunerea cu material suport - explicația - dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> - Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
2	Destinații turistice naționale și internaționale	2		
3	Actorii destinației turistice	4		
4	Dezvoltarea și analiza concurențială (benchmarking) a destinațiilor turistice	4		
5	Competitivitatea destinațiilor turistice naționale și internaționale. Modele de analiză	4		
6	Managementul destinației turistice și sisteme de suport	2		
7	Strategii de segmentare și poziționare la nivelul destinațiilor turistice	2		
8	Imaginea și brand-ul unei destinații turistice	4		
9	Politicile, planificarea și dezvoltarea destinației turistice	2		
10	Strategii și activități de comunicare la nivelul destinației turistice.	2		

Bibliografie

1. Coros, Monica Maria, *Managementul cererii și ofertei turistice*, Editura C.H. Beck, 2015.
2. Gabor, Manuela Rozalia, Oltean, Flavia, *Produse inovative în turismul național și internațional*, Editura C.H. Beck, 2015.
3. Micu Cristina, *Dezvoltarea turismului durabil. Modelarea factorilor de influență*, Editura Uranus, București, 2013.
4. Robinson, Peter, *Tourism: The key concepts*, Rotledge Taylor&Francis Group, 2012.
5. Rotariu Ilie, *Dezvoltarea destinației turistice*, Editura Alma Mater, Sibiu, 2008.
6. Neacșu Nicolae, Băltărețu Andreea, Neacșu Monica, Drăghilă Marcela, *Resurse și destinații turistice în România*, Editura Universitară, 2016.
7. Stănculescu Gabriela, State Olimpia, *Tehnica operațiunilor de turism intern și internațional*, Editura C.H. Beck, București, 2013

8.2. Seminar: Aplicații		Nr. ore	Metode de predare	Observații
1.	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, prezentarea structurii temei de casă și distribuirea temelor	2	Expunere Problematizare Exerciții de reflecție Dezbateri Explicație	Lucrul în echipă Prezentări proiecte Calcul economic Studii de caz Test de verificare
2.	Tipologia destinațiilor turistice naționale și internaționale.	4		
3.	Produse turistice de nișă	2		
4.	Competitivitatea destinațiilor turistice naționale.	4		
5.	Competitivitatea destinațiilor turistice internaționale.	4		
6.	Strategii de segmentare, țintire, poziționare pe piața destinațiilor turistice.	2		
7.	Imaginea destinațiilor turistice în media.	2		
8.	Strategii de fidelizare a turiștilor la nivelul destinațiilor turistice.	2		
9.	Campanii de promovare și branding ale destinațiilor turistice.	2		
10.	Evaluarea performanțelor destinațiilor turistice.	2		
11.	Evaluare finală	2		

Bibliografie:

1. Coros, Monica Maria, *Managementul cererii și ofertei turistice*, Editura C.H. Beck, 2015.
2. Micu Cristina, *Dezvoltarea turismului durabil. Modelarea factorilor de influență*, Editura Uranus, București, 2013.
3. Robinson, Peter, *Tourism: The key concepts*, Rotledge Taylor&Francis Group, 2012.
4. Rotariu Ilie, *Dezvoltarea destinației turistice*, Editura Alma Mater, Sibiu, 2008.

5. Neacșu Nicolae, Băltărețu Andreea, Neacșu Monica, Drăghilă Marcela, *Resurse și destinații turistice în România*, Editura Universitară, 2016.
6. <http://www.weforum.org/reports/travel-tourism-competitiveness-reports>
7. <http://www.unwto.org>
8. <http://www.etc-corporate.org/index.php>

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și teoriilor însușite la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților comunității academice din domeniul turismului.
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniul Administrarea Afacerilor în turism.

Notă: Universitatea din Pitești evaluează periodic gradul de satisfacție al reprezentanților angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenți.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore)	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. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii. • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea temei de casă și chestionare orală	10% 30% 30%
10.6 Standard minim de performanță	1. Cunoașterea principalelor concepte specifice managementului destinației turistice. 2. Realizarea corectă și în timp real a unei strategii specifice privind managementul unei destinații turistice.		

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

FIȘA DISCIPLINEI
Tranzacții comerciale, 2019-2020

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și 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					Tranzacții comerciale					
2.2	Titularul activităților de curs										
2.3	Titularul activităților de seminar										
2.4	Anul de studii	III	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 săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								10
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională 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. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Economie comercială, Comerț internațional, Dreptul afacerilor
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii/laboratoare proiecte - Susținerea testului de verificare - Respectarea termenelor de prezentare a proiectului

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	• C1: Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC; • C2: Comercializarea produselor/serviciilor – 2 PC; • C3: Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 1 PC; • C4: Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare – 1 PC;
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina Tranzacții Comerciale are menirea de a transmite studenților informațiile necesare privind inițierea și fundamentarea unei operațiuni de comerț exterior. O caracteristică a cursului o constituie interdisciplinaritatea, îmbinând, în logica teoriei unei afaceri internaționale, mai multe discipline economice pe care, un economist trebuie să le cunoască pentru a încheia contracte comerciale internaționale.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive

	1. Cunoașterea și înțelegerea noțiunilor legate de politicile comerciale, de contractarea internațională, de tehnicile de plată în tranzacțiile comerciale, operațiunile de import- export; 2. Explicarea și interpretarea mecanismelor de funcționare a tranzacțiilor comerciale; 3. Înțelegerea și aplicarea principiilor și metodelor fundamentale de investigare specifice; 4. Identificarea, colectarea și evaluarea oportunităților și riscurilor aferente activităților din domeniul comerțului exterior; 5. Definirea corectă a obiectului de studiu și stabilirea relațiilor pe care disciplina tranzacții comerciale le are cu alte științe. B. Obiective procedurale 1. Utilizarea unor metode și instrumente de investigare a rezultatelor obținute de către diferite categorii de firme ca urmare a participării la tranzacțiilor comerciale; 2. Capacitatea de sintetizare și interpretare a unui set de informații, de rezolvare a unor probleme de bază și de evaluare a concluziilor posibile specifice operațiunilor desfășurate în tranzacțiile comerciale; 3. Folosirea teoriilor și instrumentelor pentru soluționarea problemelor specifice operațiunilor desfășurate în tranzacțiile comerciale C. Obiective atitudinale 1. Dezvoltarea unei atitudini proactive față de necesitatea participării statelor lumii la circuitul economic mondial; 2. Autoevaluarea nevoii de continuare a formării profesionale, prin valorificarea oportunităților de identificare și asimilare de noi cunoștințe în domeniu; 3. Valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile științifice
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Tranzacțiile comerciale - concept, obiect 1.1. Conceptul de tranzacții comerciale 1.2. Obiectul tranzacțiilor comerciale	4	▪ prelegerea ▪ explicația ▪ conversația euristică ▪ dezbaterile cu oponent imaginar	<i>calculatorul</i> <i>(prezentarea în power –point)</i>
2	Modalități de realizare a operațiunilor de comerț exterior 2.1. Exportul și importul direct 2.2. Exportul și importul indirect	6		
3	Contractul de comerț exterior 3.1.Operațiuni precontractuale 3.2. Elementele contractului de comerț exterior	6		
4	Instrumente și tehnici de plată în tranzacțiile comerciale 4.1. Instrumente de plată în tranzacțiile comerciale 4.2. Modalități de plată în tranzacțiile comerciale	6		
5	Operațiuni comerciale combinate 5.1. Operațiuni în contrapartidă 5.2. Operațiuni de reexport 5.3. Operațiuni de switch 5.4. Operațiuni de lohn	6		
Bibliografie				
1. Burciu Aurel (coord.), <i>Tranzacții comerciale internaționale</i>, Editura Polirom, Iași, 2010 2. Ciobanu Gheorghe (coord.), <i>Tranzacții economice internaționale</i>, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2009 3. Ciobanu Gheorghe, Deceanu Liviu, Postelnicescu Cătălin, Mocan Andrei, <i>Tranzacții economice și afaceri internaționale</i>, Editura Universității Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca, 2012 4. Dobrescu A., Potecă V., Sebea M, <i>Derularea tranzacțiilor comerciale</i>, Editura Niculescu, București, 2008 5. Funaru Mihaela, <i>Tehnica operațiunilor de comerț exterior</i>, Editura C.H.Beck, 2013 6. Ionescu Adela, Orheian Oana, <i>Tranzacții comerciale internaționale</i>, Editura Pro Universitaria, București, 2013 7. Man Mihai Liviu, <i>Tranzacții internaționale</i>, Editura Eftimie Murgu, Reșița, 2009 8. Mecu Dragoș Gabriel, <i>Evoluția tranzacțiilor comerciale internaționale și a investițiilor în contextul globalizării economiei mondiale</i>, Editura Alfa, Iași, 2012 9. Mionel Oana, <i>Tranzacții comerciale. De la național la internațional</i>, Ediția a II-a revizuită și adăugită, Editura Universitară, București, 2016 10. Pistol Luminița, <i>Tehnici de comercializare și cooperare economică internațională</i>, Editura Fundației România de Măine, București, 2007 11. Popa Ioan, <i>Tehnica operațiunilor de comerț exterior</i>, Editura Economică, București, 2008 12. Popescu Nela, <i>Tranzacții comerciale</i>. Ediția a II-a revăzută și adăugită, Editura ASE, București, 2016 13. Secară Mirela, <i>Tranzacții comerciale. Manual de studiu individual</i>, Editura Pro Universitaria, București, 2012 14. Tuță Loredana, <i>Tranzacții comerciale – suport de curs pentru învățământul frecvență redusă (pe suport electronic)</i>, 2016				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate. distribuirea temelor pentru proiect	2	- dialogul - dezbateri	Studii de caz, prezentare temă de

2	Modalități de realizare a operațiunilor de comerț exterior	6	lucru în echipa - conversația euristică	casă, test de verificare
3	Elementele contractului de comerț exterior	4		
4	Instrumente de plată în tranzacțiile comerciale	4		
5	Modalitățile de plată în tranzacțiile comerciale	4		
6	Operațiuni comerciale combinate	6		
7	Evaluare finală	2		
Bibliografie 1. Belu Mihaela, <i>Operațiuni de comerț exterior. Aplicații. Studii de caz</i>, Editura ASE, București, 2008 2. Caraiani Gheorghe, Potecea Valeriu, <i>Tranzacții internaționale. Ghid practic și modele de documente</i>, Editura Wolters Kluwer, 2009 3. Ciobanu Gheorghe (coord.), <i>Tranzacții economice internaționale</i>, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2009 4. Dobrescu A., Potecea V., Sebea M, <i>Derularea tranzacțiilor comerciale</i>, Editura Niculescu, București, 2008 5. Funaru Mihaela, <i>Tehnica operațiunilor de comerț exterior</i>, Editura C.H.Beck, 2013 6. Mionel Oana, <i>Tranzacții comerciale. De la național la internațional</i>, Ediția a II-a revizuită și adăugită, Editura Universitară, București, 2016 7. Popa Ioan, <i>Tehnica operațiunilor de comerț exterior</i>, Editura Economică, București, 2008 8. Secară Mirela, <i>Tranzacții comerciale. Manual de studiu individual</i>, Editura Pro Universitaria, București, 2012 9. Tuță Loredana, <i>Tranzacții comerciale – suport de curs pentru învățământul frecvență redusă (pe suport electronic)</i>, 2016				

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

- Competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările angajatorilor din domeniul administrării afacerilor
- Întâlniri periodice cu angajatorii în scopul corelării conținutului disciplinei și metodelor de predare cu așteptările acestora

Notă: Universitate din Pitești evaluează periodic gradul de satisfacție al reprezentanților angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenți.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluare finală - probă scrisă (2 ore)	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.	Evaluarea răspunsurilor și intervențiilor studentului în activitățile de seminar	20%
	- Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii.	Testare	30%
	- Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	Prezentarea temei de casă. Chestionare orală	20%
10.6 Standard minim de performanță	1. Capacitatea de a efectua analize asupra unor cazuri concrete de tranzacții comerciale. 2. Cunoașterea noțiunilor legate de operațiunile de import- export. 3. Cunoașterea tehnicilor și instrumentelor de plată utilizate în tranzacțiile comerciale.		

Data completării
14 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

FIȘA DISCIPLINEI
Tehnologie hotelieră și de restaurant
anul universitar: 2019 – 2020

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și 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												Tehnologie hotelieră și de restaurant											
2.2 Titularul activităților de curs												Lect. univ. dr. Cristina MICU											
2.3 Titularul activităților de seminar												Lect. univ. dr. Cristina MICU											
2.4 Anul de studii		III		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 săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	48	3.5	din care curs	24	3.6	S / L / P	24
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								28
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								20
Tutorat								3
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								4
3.7	Total ore studiu individual	77						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Economia turismului, Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii, Tehnica operațiunilor de turism
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector - Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea clasică a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii.

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 1 PC C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 1 PC C.4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare – 1 PC C.5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Abordarea pragmatică a activităților de prestare propriu-zisă a serviciilor hoteliere și de restaurație; cunoșterea teoriilor și metodelor de bază cu privire la industria ospitalității; conceperea și comercializarea de produse și servicii hoteliere și de restaurație atractive.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte specifice serviciilor hoteliere și de restaurație; 2. Cunoașterea trăsăturilor caracteristice unităților de primire turistică și de alimentație publică.

	3. Identificarea adecvată a conceptelor legate de planificarea, organizarea, coordonarea și controlul activității resurselor umane în hotelărie și restaurație. 4. Cunoașterea formelor de asociere a afacerilor în hotelărie și restaurație. B. Obiective procedurale 1. Explicarea modalității de organizare și funcționare a unităților din industria hotelieră și de restaurație; 2. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice industriei ospitalității; 3. Analiza relațiilor dintre consumatorii și furnizorii serviciilor turistice; 4. Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme specifice asigurării calității în hotelărie și restaurație. C. Obiective atitudinale 1. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în hotelărie și restaurație; 2. Cooperarea în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor activități desfășurate de firmele de turism; 3. Manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de serviciile hoteliere și de restaurație.
--	---

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Teorii și componente ale industriei ospitalității 1.1. Industria ospitalității – definire și dimensiuni 1.2. Industria hotelieră 1.3. Industria restaurației – concept, caracteristici și componente	2	- prelegerea - exemplificarea	calculatorul (prezentări în power – point)
2	Infrastructura de bază în industria ospitalității 2.1. Norme, sisteme, reguli și reglementări ale clasificării capacității de cazare 2.3. Criterii de clasificare a hotelurilor 2.4. Alternative de cazare turistică 2.5. Norme, sisteme, reguli și reglementări ale clasificării capacității de servire în restaurație 2.6. Alte forme de servire în restaurație 2.7. Cateringul – formă de manifestare a industriei restaurației	2	- expunerea cu material suport - explicația - dezbateră cu oponent imaginar	
3	Organizarea și funcționarea unităților din industria hotelieră 3.1. Criterii de clasificare a activităților specifice unui hotel 3.2. Organizarea hotelurilor pe departamente 3.3. Departamentul cazare	3		
4	Organizarea și funcționarea unităților de alimentație publică 4.1. Organizarea interioară clasică a unui restaurant 4.2. Spații de producție și anexe 4.3. Amenajarea spațiului de servire 4.4. Meniul și metodele de servire ale acestuia 4.5. Evenimente bazate pe prestarea serviciilor de alimentație	2		
5	Resursele umane în hotelărie și restaurație 5.1. Personalul hotelier 5.2. Personalul din alimentație	3		
6	Tehnici de stabilire a prețurilor în hotelărie și restaurație 6.1. Conceptul de politică de preț și modalitățile de implementare în industria ospitalității 6.2. Tehnici de stabilire a tarifului de camera 6.3. Tehnici de stabilire a prețurilor meniurilor oferite de restaurante	3		
7	Yield managementul în hotelărie și restaurație 7.1. Aplicabilitatea conceptului de Yield Management în sectorul hotelier 7.2. Strategii de optimizare a venitului și a gradului de ocupare hotelieră 7.3. Yield Managementul în restaurație	3		
8	Gastronomia și oenologia în afacerile din industria ospitalității 8.1. Conceptul de turism gastronomic 8.2. Profilul turistului culinar 8.3. Instituții și organizații guvernamentale și neguvernamentale implicate în promovarea turismului gastronomic 8.4. Gastronomia și oenologia românească	2		
9	Forme de asociere a afacerilor în hotelărie și restaurație 9.1. Hotelurile tip exploatare individuală 9.2. Lanțurile hoteliere voluntare 9.3. Lanțurile hoteliere integrate 9.4. Lanțuri de restaurante	2		
10	Franciza în afacerile hoteliere și de restaurație 10.1. Franciza – concept și tipologie	2		

10.2. Contractul de franciză hotelieră și de restaurație				
10.3. Franciza în domeniul hotelier				
10.4. Franciza în domeniul restaurației				
Bibliografie				
1. Baker, Sue, Bradley, Pam, Huyton, Jeremy, <i>Principiile operațiunilor de la recepția hotelului</i> , Ediția a-II-a, Editura C.H. Beck, București, 2007.				
2. Caramidă Cristian, <i>Brandul ospitalității. Volumul I</i> , Editura Brandmark, 2011.				
3. Diaconu Mihaela, <i>Strategii si politii comerciale in turism si industria ospitalitatii</i> , Editura Universității din Pitești, 2015.				
4. Florea, Constantin, <i>Manualul practic al ospătarului</i> , Colecția 25 THR , 2010.				
5. Gabor, Manuela Rozalia, Oltean, Flavia, <i>Produse inovative în turismul national și international</i> , Editura C.H. Beck, 2015.				
6. Iunius, Ray F., Fraenkel, Stefan, <i>Hotellerie de lux. Productivite, qualite, rentabilite</i> , Editura De Boeck, 2009.				
7. Lupu, Nicolae, <i>Hotelul. Economie și management. Ediția a VI a</i> , Editura C.H. Beck, București, 2010.				
8. Micu Cristina, <i>Tehnologie hotelieră și de restaurant - suport de curs pentru învățământul frecvență redusă</i> (pe suport electronic), 2016.				
9. Rusu Sergiu, <i>Antreprenariat în industria ospitalității</i> , Editura C.H. Beck, 2014.				
10. Stavrositu, Stere, <i>Ospitalitatea în turismul românesc, Secolele XIX, XX, XXI, Vacanțe plăcute în stațiunile din România</i> , Editura Arta serviciilor în turism, Constanța, 2010.				
11. Stavrositu, Stere, <i>Mangementul calității serviciilor și ospitalitatea în restaurante, gastronomie, hoteluri</i> , Editura Polirom, 2014.				
12. Stănculescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz</i> , Editura C.H. Beck, București, 2009.				
13. Stănculescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație</i> , Editura C.H. Beck, București, 2012.				
14. Stănculescu, Gabriela, <i>Managementul operațiunilor în turismul de evenimente</i> , Editura ASE, București, 2010.				
15. Timothy Lee, Stănculescu, Gabriela, <i>Practical principles in the tourism and hotel industry</i> , Editura ASE, București, 2011.				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1.	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, prezentarea structurii temei de casă și distribuirea acestora.	1	Expunere Problematizare Exerciții de reflecție Dezbater Explicație	Lucrul în echipă Prezentare temă de casă Calcul economice Studii de caz Test de verificare
2.	Prezentarea și comentarea Ordinului 65/2013 pentru aprobarea normelor metodologice privind eliberarea certificatelor de clasificare a structurilor de primire turistice cu funcțiuni de cazare și alimentație publică.	1		
3.	Organizarea și funcționarea unităților de cazare.	2		
4.	Ratele de ocupare în cadrul unui hotel.	1		
5.	Tehnici de stabilire a tarifului de cameră	2		
6.	Indicatori de management specifici serviciilor de alimentație publică	2		
7.	Tehnici de stabilire a prețurilor în restaurație - Prețul de vânzare și analiza vânzărilor în alimentație	2		
8.	Tehnici de stabilire a prețurilor în restaurație – Aplicarea principiului pentru toți	2		
9.	Studiu privind deschiderea unei unități de cazare și de alimentație publică	2		
10.	Sisteme de rezervări și documente utilizate în industria hotelieră	2		
11.	Funcțiile și atribuțiile personalului hotelier și din restaurante	1		
12.	Lanțuri hoteliere – clasamente la nivel european și mondial	2		
13.	Lanțuri de restaurante - clasamente la nivel european și mondial	2		
14.	Tipuri de contracte utilizate în industria hotelieră și de restaurație	2		
Bibliografie:				
1. Băbăiță Carmen, <i>Cateringul ca afacere</i> , Editura Mirton, Timișoara, 2010.				
2. Baker, Sue, Bradley, Pam, Huyton, Jeremy, <i>Principiile operațiunilor de la recepția hotelului</i> , Ediția a-II-a, Editura C.H. Beck, București, 2007				
3. Buruiană, Gianina, <i>Politici macroeconomice în turism</i> , Editura Uranus, București, 2008.				
4. Florea, Constantin, <i>Manualul practic al ospătarului</i> , Colecția 25 THR ,2010.				
5. Micu Cristina, <i>Tehnologie hotelieră și de restaurant - suport de curs pentru învățământul frecvență redusă</i> (pe suport electronic), 2016.				
6. Lupu, Nicolae, <i>Hotelul. Economie și management. Ediția a VI a</i> , Editura C.H. Beck, București, 2010.				
7. Stavrositu, Stere, <i>Mangementul calității serviciilor și ospitalitatea în restaurante, gastronomie, hoteluri</i> , Editura Polirom, 2014.				
8. Stănculescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz</i> , Editura C.H. Beck, București, 2009.				
9. Stănculescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație</i> . Editura				

	C.H. Beck, București, 2012.
10.	*** Database MKG Hospitality
11.	*** Ordinul 65/2013 privind eliberarea certificatelor de clasificare, a licențelor și brevetelor de turism.
12.	www.hospitalitynet.org
13.	www.horeca.ro
14.	http://www.hotelcon.com/
15.	www.turism.gov.ro

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și teoriilor însușite la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților comunității academice din domeniul hotelăriei și restaurației.
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniul hotelăriei și restaurației.

Notă: *Universitatea din Pitești evaluează periodic gradul de satisfacție al reprezentanților angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenți.*

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența 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 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 cerințele impuse.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea temei de casă și chestionare orală	10% 20% 20%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea principalelor concepte specifice operațiunilor de hotelărie și restaurație Cunoașterea și aplicarea tehnicilor de determinare a tarifelor în restaurație și hotelărie		

Data completării
21 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

FIȘA DISCIPLINEI
Managementul relațiilor cu clienții în comerț, turism, servicii
 anul universitar: 2019 - 2020

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și 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. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei						Managementul relațiilor cu clienții în comerț, turism, servicii				
2.2	Titularul activităților de curs						Conf. univ. dr. Mădălina BRUTU				
2.3	Titularul activităților de seminar						Conf. univ. dr. Mădălina BRUTU				
2.4	Anul de studii	III	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 săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	48	3.5	din care curs	24	3.6	S / L / P	24
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								24
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutorat								1
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	77						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Management, Marketing, Economia întreprinderii, Managementul relațiilor cu furnizorii în comerț, turism, servicii
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector și cu tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 1 PC C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 2 PC C.6. Asistență în managementul resurselor umane – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu fundamentele teoretice și metodologice ale vânzării de bunuri și servicii și formarea deprinderilor practice necesare realizării vânzării producției în cele mai bune condiții, cu maximă rentabilitate.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Definirea corectă a obiectului de studiu al <i>managementului relațiilor cu clienții</i> și corelarea cu celelalte discipline;

	2. Cunoașterea particularităților diferitelor modalități de organizare, coordonare și conducere a activităților specifice de vânzare a produselor/serviciilor întreprinderii de comerț, turism, servicii; 3. Cunoașterea, fundamentarea și interpretarea indicatorilor care definesc conținutul planului de vânzare; 4. Cunoașterea, înțelegerea și interpretarea diferitelor tipuri de stocuri utilizate în practica vânzării din întreprinderile de comerț, turism, servicii și a metodelor de dimensionare a acestora; 5. Cunoașterea operațiunilor clasice care compun procesele de primire, depozitare și eliberare din gestiune a mărfurilor. B. Obiective procedurale 1. Identificarea oportunităților de aplicare a diferitelor modalități de organizare, coordonare și conducere a activităților specifice de vânzare a produselor/serviciilor întreprinderii de comerț, turism, servicii; 2. Formarea abilităților necesare derulării unei riguroase și amănunțite cercetări asupra pieței consumului final; 3. Formarea abilităților necesare fundamentării și operaționalizării planului și programelor de vânzare la nivelul întreprinderii de comerț, turism, servicii; 4. Însușirea de către studenți a abilităților necesare coordonării și operaționalizării centrelor de comercializare și servicii; 5. Dezvoltarea capacității studentului de a percepe rolul și importanța analizei eficienței proceselor specifice vânzării. C. Obiective atitudinale 1. Capacitatea de a lucra în echipă; 2. Respectarea normelor de deontologie ale profesiei de manager; 3. Cultivarea unor atitudini constructive în contexte organizaționale variate.
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Tema nr. 1: ORGANIZAREA ȘI CONDUCEREA ACTIVITĂȚII RELAȚII CU CLIEȚII 1.1. Importanța, locul și rolul Departamentului <i>Relații cu clienții</i> în structura sistemului funcțional al întreprinderii (1 oră) 1.2. Organizarea structurală și procesuală a Departamentului <i>Relații cu clienții</i> (1 oră) 1.3. Conducerea activităților Departamentului <i>Relații cu clienții</i> (1 oră) 1.4. Atribuții și responsabilități ale Departamentului Relații cu clienții; sistemul relațiilor funcționale (1 oră)	4	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> - Prezentări în power-point - Studii de caz
2	Tema nr. 2: FACTORII MEDIULUI DE LUCRU ȘI COMPONENTELE PROCESUALE ALE DEPARTAMENTULUI RELAȚII CU CLIEȚII 2.1. Factorii mediului de lucru și influențe asupra sistemului <i>Relații cu clienții</i> ; componentele procesuale (2 ore)	2	▪ exercițiul ▪ dezbaterile cu oponent imaginar	- Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
3	Tema nr. 3: ACTIVITATEA MARKETING – VÂNZĂRI 3.1. Organizarea și conducerea activității <i>Marketing – vânzări</i> (1 oră) 3.2. Atribuții și responsabilități ale Compartimentului <i>Marketing – vânzări</i> ; sistemul relațiilor funcționale (1 oră) 3.3. Procesul cercetării pieței consumului; programul <i>marketing – vânzări</i> (1 oră)	3		
4	Tema nr. 4: FUNDAMENTAREA ȘI OPERAȚIONALIZAREA PLANULUI ȘI PROGRAMELOR DE VÂNZĂRI 4.1. Organizarea și conducerea activității <i>Plan – vânzări</i> (1 oră) 4.2. Fundamentarea planului și a programelor de vânzări pentru produse finite și piese schimb (1 oră) 4.3. Urmărirea realizării și derulării programelor de vânzări produse fabricate (1 oră)	3		
5	Tema nr. 5: NEGOCIEREA ȘI ÎNCHEIEREA CONTRACTELOR ECONOMICE ÎN PROCESUL VÂNZĂRII 5.1. Organizarea și conducerea Compartimentului <i>Negociere – încheiere contracte</i> ; atribuții și responsabilități (1 oră) 5.2. Particularități ale procesului <i>negocierii și încheierii contractelor economice în domeniul vânzării</i> (1 oră)	2		
6	Tema nr. 6: EVIDENȚA ȘI URMĂRIREA DERULĂRII CONTRACTELOR; ANALIZA EFECTELOR ȘI EFICIENȚEI PROCESULUI COMERCIAL ÎN RELAȚIILE CU CLIEȚII	2		

	6.1. Organizarea, conducerea și desfășurarea activității Compartimentului <i>Evidență, urmărire – derulare contracte, analiză efecte comerciale – eficiență</i> (1 oră) 6.2. Analiza efectelor și eficienței procesului comercial în relațiile cu clienții (1 oră)			
7	Tema nr. 7: FACTURAREA, OPERAREA, EVIDENȚA VÂNZĂRILOR ȘI ÎNCASAREA CONTRAVALORII MĂRFURILOR 7.1. Organizarea, conducerea și funcționarea Compartimentului <i>Facturare – operare evidență vânzări, încasare – urmărire recuperare creanțe</i> (3 ore)	3		
8	Tema nr. 8: PROCESUL DEPOZITĂRII MĂRFURILOR, PREGĂTIRII PENTRU VÂNZARE – LIVRARE, COLECTĂRII ȘI VALORIFICĂRII AMBALAJELOR ȘI RESURSELOR SECUNDARE 8.1. Organizarea și conducerea sistemului <i>depozitării mărfurilor, pregătirii pentru vânzare – livrare, colectării și valorificării ambalajelor și resurselor secundare; atribuții și responsabilități</i> (1 oră) 8.2. Particularități ale procesului <i>depozitării mărfurilor, pregătirii pentru vânzare – livrare, colectării și valorificării ambalajelor și resurselor secundare, distribuției fondului de marfă</i> (2 ore)	3		
9	Tema nr. 9: ACTIVITATEA TRANSPORT – ASIGURĂRI – EXPEDIȚII MĂRFURI 9.1. Organizarea și conducerea sistemului <i>Transport – asigurări – expediții mărfuri; atribuții și responsabilități; sistemul relațiilor funcționale</i> (1 oră) 9.2. Gestiunea curentă; optimizarea transporturilor de mărfuri (1 oră)	2		

Bibliografie

1. Bălan, C. – *Logistica*, Editura Uranus, București, 2006
2. Bășanu, Gh., Pricop, M. – *Managementul aprovizionării și desfacerii*, ediția a 3-a, Editura Economică, București, 2006
3. Blythe, J. – *Managementul vânzărilor și al clienților cheie*, Editura Codecs, București, 2005
4. Brutu M., *Tehnici de vânzare. Fundamente teoretice, teste grilă, aplicații și studii de caz - manual universitar pentru învățământul frecvență redusă*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2016, ISBN: 978-606-560-510-7, 138 pagini
5. Brutu M., *Tehnici de vânzări*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
6. Brutu, M. – *Managementul vânzărilor*, Editura Sitech, Craiova, 2009
7. Chira Robert, *Logistica mărfurilor*, Vol. I și Vol. II, Editura Pro Universitaria, 2016.
8. Drăghici, C., *Managementul relațiilor cu clienții*, Editura Sitech, Craiova, 2008
9. Drăghici, C., Mihai, D., *Managementul aprovizionării și vânzării – Curs destinat studenților IFR*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
10. Drăghici, C., Mihai, D., Micu, C. – *Curs de managementul relațiilor cu clienții – destinat studenților IFR*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
11. Duncan Todd – *Exceleța în vânzări*, Editura Amaltea, București, 2015
12. Gallo Carmine – *Experiența APPLE - Secretele construirii unei relații pe termen lung cu clienții*, Editura Amaltea, București, 2015
13. Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar – *Business-to-business Brand Management*, Ed. **Brandbuilders**, București, 2016
14. Mihai Daniela, Brutu Mădălina, *Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014
15. Patriche Iulian, *Canale de distribuție și logistică*, Editura Prouniversitaria, București, 2012
16. Udrescu M., Popescu-Cruceanu A., *Logistica și subsistemele logistice*, Editura Triatonic, București, 2011
17. Van Weele, A. J., *Purchasing & Supply Chain Management*, 5th edition, Cengage Learning EMEA, 2010
18. Waters, C. D. J., *Logistics: An Introduction To Supply Chain Management*, Palgrave Macmillan, 2012

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor	2	▪ Dialogul ▪ Lucrul în grup ▪ Exercițiul ▪ Conversația euristică	În cadrul primei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării
2	Organizarea și conducerea procesului vânzării	2		
3	Cercetarea pieței	4		
4	Fundamentarea și operaționalizarea planului de vânzări	4		
5	Evaluare periodică	2		

6	Elaborarea și derularea programelor de vânzare – transport mărfuri	3	Dezbaterea cu oponent imaginar	Resurse: Prezentări power-point pentru descrierea studiilor de
7	Gestiunea stocurilor de produse finite	4		
8	Primirea, depozitarea și eliberarea din gestiune a mărfurilor	3		

Bibliografie

- Bășanu, Gh., Pricop, M., Gluvacov A. – *Managementul aprovizionării și desfacerii – Culegere de aplicații practice, teste grilă, studii de caz*, Editura Economică, București, 2011
- Blythe, J. – *Managementul vânzărilor și al clienților cheie*, Editura Codecs, București, 2005
- Brutu M., *Tehnici de vânzare. Fundamente teoretice, teste grilă, aplicații și studii de caz - manual universitar pentru I.F.R.*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2016, ISBN: 978-606-560-510-7, 138 pagini
- Brutu M., *Tehnici de vânzări*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
- Brutu, M. – *Managementul vânzărilor*, Editura Sitech, Craiova, 2009
- Chira Robert, *Logistica marfurilor*, Vol. I și Vol. II, Editura Pro Universitaria, București, 2016
- Donaldson B. – *Managementul vânzărilor*, Editura Codecs, București
- Drăghici, C., Mihai, D., *Managementul aprovizionării și vânzării – Curs destinat studenților IFR*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
- Drăghici, C., Mihai, D., Micu, C. – *Curs de managementul relațiilor cu clienții – destinat studenților IFR*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
- Ghiani, G., Laporte, G., Musmano, R. – *Introduction to Logistics Systems Planning and Control*, John Wiley & Sons, 2010
- Heiman, S.E., Sanchez, D. – *The new strategic selling*, London: Kogan Page, 2012
- Mihai Daniela, Brutu Mădălina, Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014**
- Patriche Iulian, *Canale de distribuție și logistică*, Editura Prouniversitaria, 2012
- Udrescu M., Popescu-Crăciun A., *Logistica și subsistemele logistice*, Editura Triatonic, București, 2011
- Waters, C. D. J. – *Logistics: An Introduction To Supply Chain Management*, Palgrave Macmillan, 2013

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și metodelor specifice managementului vânzării vor satisface așteptările reprezentanților angajatorilor din domeniul comerțului, turismului și serviciilor;
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților mediului de afaceri.

Notă: Universitatea din Pitești evaluează periodic gradul de satisfacție al reprezentanților angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenți.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore): calitatea și coerența tratării celor 2 subiecte abordabile în manieră explicativ – argumentativă (20%) + un subiect de analiză și interpretare (30%)	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 seminari. - Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele 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 performanță	- cunoașterea <i>organizării structurale și a principalelor componente procesuale ale activității vânzări</i> dintr-o firmă; - capacitatea de <i>fundamentare, elaborare și operaționalizare a planului de vânzări</i>; - cunoașterea principalelor <i>metode utilizate în fundamentarea și gestiunea stocurilor de</i>		

	produse finite	
Data completării 14 septembrie 2019	Titular de curs, Conf. univ. dr. Mădălina BRUTU	Titular de seminar, Conf. univ. dr. Mădălina BRUTU
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

FIȘA DISCIPLINEI
Tehnici promoționale în comerț, turism și servicii
anul universitar: 2019 – 2020

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și 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		Tehnici promoționale în comerț, turism și servicii											
2.2		Titularul activităților de curs		Lect. univ. dr. Cristina MICU											
2.3		Titularul activităților de seminar / proiect		Lect. univ. dr. Cristina MICU											
2.4		Anul de studii	III	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 săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1 + 1
3.4	Total ore din planul de învăț.	48	3.5	din care curs	24	3.6	S / L / P	12 + 12
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								24
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii/proiecte, teme, referate, portofolii, eseuri								24
Tutorat								5
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	77						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de marketing
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproector, marker
5.2	De desfășurare a seminarului/proiectului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii/proiecte

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 2 PC C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 1 PC C.4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare – 1 PC
Competențe transversale	CT 2 Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă pluridispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Înșușirea de către studenți a principalelor metode și tehnici promoționale, elaborarea de programe de publicitate eficiente; elaborarea și operaționalizarea de programe de publicitate directă, promovare a vânzărilor, relații publice.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte din domeniul tehnicilor promoționale cu care operează agenții economici; 2. Cunoașterea particularităților relațiilor publice – ca tehnică de promovare a imaginii

	firmei. 3. Insușirea caracteristicilor specifice manifestărilor expoziționale. 4. Cunoașterea și înțelegerea modului de concepere și transmitere a mesajului publicitar. <u>B. Obiective procedurale</u> 1. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice tehnicilor promoționale la nivelul organizațiilor; 2. Fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare – publicitate, promovare directă, relații publice, marketing direct; 3. Capacitatea de a transpune în practică cunoștințele dobândite în cadrul cursului prin aplicarea corectă a formulelor corespunzătoare calculării și interpretării indicatorilor de evaluare a eficienței unei tehnici promoționale aplicate. 4. Elaborarea unor studii cu privire la derularea unor campanii promoționale. <u>C. Obiective atitudinale</u> 1. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în marketing; 2. Capacitatea de a lucra în echipă; 3. Manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de rolul economico-social al promovării.
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	ACTIVITATEA PROMOȚIONALĂ A ÎNTREPRINDERII MODERNE 1.1. Activitatea promoțională – conținut și importanță 1.2. Funcțiile și tipologia strategiilor promoționale 1.3. Metodologia elaborării strategiilor promoționale	4		
2	PUBLICITATEA 2.1. Definirea, caracteristicile și funcțiile publicității 2.2. Diversitatea tipologică a publicității 2.3. Canalele de transmitere a mesajelor publicitare 2.4. Conținutul și structura anunțului publicitar 2.5. Metodologia proiectării și implementării unei campanii publicitare	4		
3	PROMOVAREA VÂNZĂRILOR 3.1. Conținutul și caracteristicile esențiale ale tehnicilor de promovare a vânzărilor 3.2. Tipologia tehnicilor de promovare a vânzărilor 3.3. Particularități ale utilizării principalelor tehnici de promovare a vânzărilor	4		
4	RELAȚIILE PUBLICE 4.1. Definirea și importanța tehnicii promoționale relații publice 4.2. Obiectivele, instrumentele, componente și mijloace de acțiune la dispoziția relațiilor publice 4.3. Tehnici și metode specifice activităților de relații publice	3		
5	MARCA 5.1. Perspective de abordare a conceptului de marcă din punct de vedere comercial și juridic 5.2. Elementele care compun și personalizează o marcă – definire și condiții pentru alegerea lor 5.3. Cerințe și semnificații ale unei mărci competitive 5.4. Principalele funcții ale mărcii 5.5. Tipologia mărcilor 5.6. Procedura de înregistrare a mărcii	3		
6	MANIFESTĂRILE PROMOȚIONALE 6.1. Particularitățile, avantajele și tipologia manifestărilor expoziționale 6.2. Obiective specifice participării la manifestările expoziționale 6.3. Elaborarea programului participării la manifestările expoziționale 6.4. Utilizarea sponsorizării ca instrument promoțional 6.5. Principalele forme și domenii pretabile sponsorizării	2		
7	FORȚA DE VÂNZARE 7.1. Abordarea forței de vânzare ca tehnică promoțională 7.2. Organizarea și conducerea activității forței de vânzare 7.3. Managementul forței de vânzare	2		
8	MARKETINGUL DIRECT 8.1. Conținutul și importanța marketingului direct 8.2. Principalele instrumente specifice marketingului direct	2		
Bibliografie				
1. Constantin, Cristinel, Tecău, Simona Alina, <i>Introducere în cercetarea de marketing</i> , Ed. Universitară, 2013.				

2. Carnegie, Dale, Crom, J. Oliver, Crom, Michael, <i>Tehnici de a vinde</i>. Editia a III-a, Editura Curtea Veche, București, 2014. 3. Drăghici, Constantin, Mihai, Daniela, Micu, Cristina, <i>Curs de tehnici promoționale</i>, Editura Universității din Pitești, 2010 4. Fisher-Buttinger, Claudia, Vallaster, Christine, <i>Noul branding: Cum să construiești capitalul unei mărci</i>, Editura Polirom, București, 2011. 5. Manole, Victor, Stoian, Mirela, Ion, Raluca Andreea, <i>Marketing</i>, Editura ASE, București, 2011. 6. Mihai, Daniela, <i>Curs de tehnici promoționale</i>, Editura Universității din Pitești, 2008. 7. Mihai, Daniela, Micu, Cristina, Antoniu, Eliza, <i>Tehnici promoționale – Fundamente teoretice și teste grilă</i>, Editura Universității din Pitești, 2016. 8. Moise, Daniel, <i>Marketingul evenimentelor. Târgurile și expozițiile</i>, Ed. ASE, București, 2015. 9. Nenciu, D.S., <i>Tehnici promoționale</i>, Editura Europolis, Constanța, 2010; 10. Oancea, Olimpia, <i>Comunicarea integrată de marketing - abordări conceptuale și practice</i>, Editura ASE, București, 2015. 11. Pavel, Camelia, <i>Tehnici promoționale</i>, Editura Pro Universitaria, 2014. 12. Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane, <i>Marketing Management</i>, Pearson-Practice Hall, 2009 13. Preda, Sorin, <i>Introducere în creativitatea publicitară</i>, Editura Polirom, București, 2011. 14. Pringle, Hamish, Field, Peter, <i>Strategii pentru brandingul de succes. Notorietatea și longevitatea unei mărci</i>, Editura Polirom, București, 2011. 15. Stevenson Dudley W., McGraw Patrick, Eubanks Mark, Robinsion Michael, <i>Marketing direct</i>, Paperback, 2015. 16. Zbucnea, Alexandra, Pînzaru, Florina, Galalae, Cristina, Mitan, Andreea, <i>Ghid esențial de promovare</i>, Editura Tritonic, 2015.				
8.2. Aplicații:Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1.	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, stabilirea studiilor de caz.	1	- dialogul - dezbatere - conversația euristică	Lucrul în echipă Calcul economie Studii de caz Test de verificare
2.	Metode de dimensionare și structurare a bugetului de promovare	1		
3.	Analiza unor anunțuri publicitare din presa scrisă	1		
4.	Evaluarea impactului unui anunț publicitar	2		
5.	Realizarea fișei de promovare a vânzărilor pentru un produs	2		
6.	Indicatori de caracterizare a unui plan media	2		
7.	Alegerea planului media pe baza criteriului CPM	2		
8.	Eficiența forței de vânzare.	1		
Proiect				
9.	Analiza comparativă a demersurilor publicitare realizate pentru două mărci (A și B) din aceeași categorie. Prezentarea structurii proiectului.	2	- dialogul - dezbatere - conversația euristică	Lucrul în echipă Prezentare proiect
10.	Caracterizare succintă a pieței produsului „X”; poziția mărcilor A și B pe această piață.	3		
11.	Analiza publicității pentru marca A	2		
12.	Analiza publicității pentru marca B	2		
13.	Asemănări și deosebiri privind comunicarea publicitară a mărcilor A și B	3		
Bibliografie				
1. Constantin, Cristinel, Tecău, Simona Alina, <i>Introducere în cercetarea de marketing</i>, Editura Universitară, 2013. 2. Cucu, Ioan, <i>Tehnici promoționale</i>, Editura Universitas, Petroșani, 2014. 3. Carnegie, Dale, Crom, J. Oliver, Crom, Michael, <i>Tehnici de a vinde</i>. Editia a III-a, Editura Curtea Veche, București, 2014. 4. Drăghici, Constantin, Mihai, Daniela, Micu, Cristina, - <i>Curs de tehnici promoționale</i>, Editura Universității din Pitești, 2010 5. Fisher-Buttinger, Claudia, Vallaster, Christine, <i>Noul branding: Cum să construiești capitalul unei mărci</i>, Editura Polirom, București, 2011. 6. Jesse Johnston, <i>Email Marketing: Blueprint, Rules and Template for Your Email Marketing Business</i>, Kindle Edition, 2016. 7. Manole, Victor, Stoian, Mirela, Ion, Raluca Andreea, <i>Marketing</i>, Editura ASE, București, 2011. 8. Mihai, Daniela, Micu, Cristina, Antoniu, Eliza, <i>Tehnici promoționale – Fundamente teoretice și teste grilă</i>, Editura Universității din Pitești, 2016. 9. Oancea, Olimpia, <i>Comunicarea integrată de marketing - abordări conceptuale și practice</i>, Editura ASE, București, 2015. 10. Pavel, Camelia, <i>Tehnici promoționale</i>, Editura Pro Universitaria, 2014. 11. Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane, <i>Marketing Management</i>, Pearson-Practice Hall, 2009 12. Pringle, Hamish, Field, Peter, <i>Strategii pentru brandingul de succes. Notorietatea și longevitatea unei mărci</i>, Editura Polirom, București, 2011. 13. Zbucnea, Alexandra; Pînzaru, Florina; Galalae, Cristina; Mitan, Andreea, <i>Ghid esențial de promovare</i>. Editura				

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și teoriilor însușite la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților comunității academice din domeniul promovării.
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniul promovării.

Notă: *Universitatea din Pitești evaluează periodic gradul de satisfacție al reprezentanților angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenți.*

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluare finală	50%
10.5 Seminar / Proiect	• 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 - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii.	• Testare	20%
	• Proiect - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Evaluarea proiectului și chestionare orală	20%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea principalelor concepte specifice activității promoționale a unei firme. Cunoașterea principalelor tehnici de promovare utilizate în domeniul comerțului, turismului și serviciilor.		

Data completării
17 septembrie 2019

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

Titular de seminar/proiect,
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

FIȘA DISCIPLINEI
Managementul resurselor umane, 2019 – 2020

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și 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					Managementul resurselor umane					
2.2	Titularul activităților de curs					Conf. univ. dr. Secară Carmen Gabriela					
2.3	Titularul activităților de seminar					Conf. univ. dr. Secară Carmen Gabriela					
2.4	Anul de studii	III	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 săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	36	3.5	din care curs	24	3.6	S / L / P	12
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								20
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	64						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de management general (studiate la facultate și uneori, la liceu) și elemente de comunicare și psihologie generală (studiate la liceu).
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, comunicare interpersonală.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Susținerea testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.6. Asistență în managementul resurselor umane – 2 PC
Competențe transversale	CT2. Cooperarea eficientă în echipe de lucru profesionale, interdisciplinare, specifice desfășurării proiectelor și programelor din domeniul științelor economice – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu domeniul managementului <i>resurselor umane</i> , cu aspectele ce țin de gestiunea carierei resurselor umane, precum și de etapele pe care le parcurge o persoană într-o organizație ca angajat sau resursă umană a acesteia.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive - cunoașterea noțiunilor specifice managementului resurselor umane; - explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale acestei discipline; - conștientizarea beneficiilor pe care le asigură aplicarea managementului resurselor umane în orice domeniu de activitate; - abilitatea de a concepe strategii în domeniul resurselor umane;

	- cunoașterea metodelor folosite în managementul resurselor umane cu privire la recrutare, selecție, motivare, evaluarea salariaților; - înțelegerea principiilor generale care direcționează activitatea de management resurselor umane; - capacitatea de a coordona evoluția în carieră a membrilor echipei. B. Obiective procedurale - utilizarea adecvată a noțiunilor specifice managementului resurselor umane; - participarea la un interviu de recrutare-selecție simulat; - participarea la identificarea unor soluții în cazul apariției conflictului organizațional; - utilizarea metodelor specifice de stabilire a necesarului de personal din cadrul organizației; - utilizarea instrumentelor de stabilire a stilului managerial. C. Obiective atitudinale - manifestarea unor atitudini pozitive și responsabile față de domeniul managementului resurselor umane; - cultivarea unui mediu pragmatic pentru aplicarea managementului resurselor umane; - promovarea unui sistem performant de evaluare a personalului; - valorificarea optimă și creativă a potențialului resurselor umane angajate în cadrul organizației; - implicarea în dezvoltarea organizațională și în promovarea inovațiilor resurselor umane; - dezvoltarea unor comportamente relaționale privind constituirea echipelor de lucru, angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane – instituții cu responsabilități similare – participarea la propria dezvoltare profesională.
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Conceptul și evoluția managementului resurselor umane.	2	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz
2	Modelele managementului resurselor umane	4		
3	Strategii și politici în domeniul managementului resurselor umane	4		
4	Analiza și proiectarea posturilor	2		
5	Planificarea resurselor umane	2		
6	Recrutarea și selecția resurselor umane	4		
7	Remunerarea personalului	2		
8	Managementul carierei	2		
9	Evaluarea performanțelor profesionale	2		
Bibliografie:				
1. Cristian Virgil Marinaș, Irinel Marin, Elvira Nica, Ana Bogdan, Viorel Lefter (coord.), Alexandrina Deaconu (coord), Aurel Manolescu (coord) – <i>Managementul resurselor umane</i>, Ed. ProUniversitaria, București, 2013 2. Cole, G. A. – <i>Managementul personalului</i>, Editura CODECS, București, 2000 3. Dragomir, Gh., Vărzaru, M., Șchiopoiu – Burlea, A., - <i>Managementul resurselor umane</i>, Editura Universitaria, Craiova, 2010 4. Marin, I., - <i>Auditul resurselor umane</i>, Editura Economică, București, 2011 5. Secară, C., - <i>Managementul carierei în administrația publică din România</i>, Editura SITECH, Craiova, 2009 6. Secară Carmen - <i>Tendențe și practică în domeniul managementului resurselor umane</i>, Editura Sitech, Craiova, 2014 7. Secară Carmen - <i>Tendențe în managementul resurselor umane</i>, Editura Sitech, Craiova, 2013 8. Popescu, M., Popescu, E., Popescu, E.D., Secară, C. <i>Managementul resurselor umane – manual univewrsitar pentru IFR</i>, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010 9. <i>Codul muncii</i>, 2012				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; distribuirea temelor și a referatelor	1	- dialogul - dezbateră - lucru în echipă - simulare de interviu	Lucrul în echipă Prezentare temă de casă Studii de caz Test de verificare
2	Definirea și particularitățile managementului resurselor umane ➤ Exemple de activități ale departamentului de Resurse Umane într-o organizație; ➤ Teste-grilă de verificare a cunoștințelor	1		
3	Activități specifice departamentului de Resurse Umane în activitățile de comerț, turism și servicii	1		
4	Tipuri de strategii în domeniul resurselor umane ➤ Politici de resurse umane specifice activităților de comerț, turism și servicii ➤ Principalele cerințe ale politicilor din domeniul resurselor umane ➤ Elaborarea și implementarea politicilor din domeniul resurselor umane ➤ Teste-grilă	2		
5	Modele de proiectare a posturilor	1		

1. Armstrong, M., - *Managementul resurselor umane (manual de practică)*, Editura Codecs, 2003
2. Cristian Virgil Marinaș, Irinel Marin, Elvira Nica, Ana Bogdan, Viorel Lefter (coord.), Alexandrina Deaconu (coord), Aurel Manolescu (coord) – *Managementul resurselor umane*, Ed. ProUniversitaria, București, 2013
3. Dragomir, Gh., Vârzaru, M., Șchiopoiu-Burlea, A. – *Managementul resurselor umane*, Editura Universitaria, Craiova, 2010
4. Marin, I. – *Auditul resurselor umane*, Editura Economică, București, 2011
5. Secară, Carmen – *Managementul carierei în administrația publică din România*, Editura SITECH, Craiova, 2009
6. Secară Carmen – *Tendențe și practică în domeniul managementului resurselor umane*, Editura Sitech, Craiova, 2014
7. Secară Carmen – *Tendențe în managementul resurselor umane*, Editura Sitech, Craiova, 2013
8. Popescu, M., Popescu, E., Popescu, E.D., Secară, C. *Managementul resurselor umane – manual univewrsitar pentru IFR*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
9. *Codul muncii. 2012*

Notă: Universitate din Pitești evaluează periodic gradul de satisfacție al reprezentanților angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenți.

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore): calitatea și coerența tratării celor 2 subiecte abordabile în manieră explicativ – argumentativă (50%) + un subiect de analiză și interpretare (50%)	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.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog.	10%
	• Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii.	• Testare	30%
	• Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	30%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea particularităților resurselor umane, a strategiilor din domeniul HR și a procesului de recrutare.		

Director de departament,
(beneficiar),

Conf. univ. dr. Daniela Mihai

Conf. univ. dr. Daniela Mihai

FIȘA DISCIPLINEI

Antreprenoriat în comerț, turism și servicii, 2019-2020

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și 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. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei				Antreprenoriat în comerț, turism și servicii						
2.2	Titularul activităților de curs				Conf. univ. dr. Carmen Gabriela SECARĂ						
2.3	Titularul activităților de proiect				Conf. univ. dr. Carmen Gabriela SECARĂ						
2.4	Anul de studii	III	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 săptămână	3	3.2	din care curs	1	3.3	S / L / P	1 + 1
3.4	Total ore din planul de învăț.	36	3.5	din care curs	12	3.6	S / L / P	12 + 12
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								24
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire proiecte, teme, referate, portofolii, eseuri								12
Tutorat								3
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								3
3.7	Total ore studiu individual	64						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de management și marketing – studiate în liceu și în anul I.
4.2	De competențe	Capacități comunicare interpersonală, analiză, sinteză, raționament logic verbal, acuratețea ideilor expuse.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfășurare a proiectului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Susținerea testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 1 PC C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 1 PC C.5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Diversificarea și completarea cunoștințelor manageriale, printr-o abordare interdisciplinară a operațiunilor economice, în vederea dezvoltării capacității de a acționa responsabil, independent și creativ în procesul de evaluare și soluționare a problemelor din mediul
---------------------------------------	---

	specific afacerilor în comerț, turism și servicii.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> - Înțelegerea sensurilor de administrare, afaceri, administrare în afaceri; - Cunoașterea sistemului afacerilor, pornind de la un plan de afaceri; - Înțelegerea mecanismului afacerilor; - Explicarea bazei de funcționare a unei afaceri; - Dezvoltarea abilităților de analiză și sinteză a informațiilor și a abilităților de colaborare interdisciplinară. <u>B. Obiective procedurale</u> - Însușirea cunoștințelor necesare pentru inițierea și derularea unor afaceri sustenabile; - Însușirea regulilor de bază, a principiilor și comportamentului pe care le presupune derularea unei afaceri durabile. <u>C. Obiective atitudinale</u> - Dobândirea abilităților necesare pentru a coordona afaceri sustenabile, cu profesionalism, în cadrul unei echipe competente; - Dobândirea de către studenți a principalelor preocupări antreprenoriale pentru a iniția, derula și a administra o afacere durabilă; - Însușirea unui comportament etic în sfera afacerilor.

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Oportunitatea economică în comerț, turism și servicii	1	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ organizatorul grafic ▪ exercițiul ▪ dezbaterile cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> - Prezentări în power-point - Studii de caz
2	Particularități ale funcțiilor întreprinderii în întreprinderile mici și mijlocii	1		
3	Firma și întreprinzătorul	1		
4	Elaborarea planului de afaceri	2		
5	Identificarea filtrelor fiziologice și psihologice care pot interveni în prezentarea planului de afaceri	1		
6	Calitățile unui antreprenor de succes	1		
7	Diferențe între antreprenor – manager – lider	1		
8	Antreprenori de succes din România – analiza calităților personale și a ideilor lor de business	2		
9	Cercetarea de marketing și studiul de fezabilitate	2		
Bibliografie				
1. Axinte, Gh., - <i>Management, marketing și antreprenoriat în turismul românesc</i>, Editura Sitech, Craiova, 2010; 2. Ghenea, M., <i>Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri</i>, Editura Universul Juridic, 2011. 3. Hisrich, R., Peters, M., Shepherd, D., - <i>Entrepreneurship</i>, McGraw-Hill Irwin, New York, 2013. 4. Nicolescu, O., – <i>Pregătirea și gestionarea afacerilor</i>, Editura Comunicare, 2005; 5. Nicolescu, O., – <i>Managementul întreprinderilor mici și mijlocii</i>, Editura Economică, București, 2001; 6. Nicolescu, O., Nicolescu, C., - <i>Intreprenoriatul și managementul întreprinderilor mici și mijlocii</i>, Editura Economică, București, 2008; 7. Popescu, D., Chivu I., – <i>Planul de afaceri al înființării unei societăți comerciale</i>, Editura Luceafărul, București, 2008; 8. Rusu S., - <i>Antreprenoriat în turism și industria ospitalității</i>, Editura C.H. Beck, București, 2014. 9. Secară, C., Axinte, Gh., – <i>Antreprenoriat în comerț, turism și servicii - curs universitar pentru IFR-</i>, Editura Sitech, Craiova, 2010				
8.2. Aplicații: Seminar + Proiect		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor si a referatelor	2	- dialogul - dezbateri - lucru în echipa -analiza de date	- conversația euristică -Analiza critic – constructivă a lucrărilor realizate Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
2	Identificarea principalelor surse de oportunități economice necesare pentru demararea unei afaceri	4		
3	Etapele elaborării unui plan de afaceri și elaborarea propriu-zisă a acestuia, ținând seama de oportunitatea economică și parcurgând funcțiile managementului unei organizații	4		
4	Analiza relației plan de afaceri – studiu de fezabilitate	2		
5	Relevarea erorilor frecvente în elaborarea și prezentarea planului de afaceri	4		
6	Studiu de caz: Proiectarea unei afaceri în domeniul turismului	3		
7	Studiu de caz: Proiectarea unei afaceri în domeniul comerțului	3		
8	Evaluare finală	2		
Bibliografie:				
1. Axinte, Gh., - <i>Management, marketing și antreprenoriat în turismul românesc</i>, Editura Sitech, Craiova, 2010; 2. Dobrescu, A., Potecea, V., – <i>Inițierea, proiectarea și derularea afacerilor</i>, Editura Universul juridic, București, 2005; 3. Larry C Farrell , <i>Cum să devii anteprenor. Dezvoltă-ți propria afacere</i>, Editura Curtea Veche, 2012. 4. Nicorescu, E., Golea, P., – <i>Managementul organizației comerciale</i>, Editura Ex Ponto, 2004;				

5. Păunescu, M., – *Organizarea și câmpuri organizaționale*, Editura Polirom, Iași, 2006;
 6. Secară, C., Axinte, Gh., - *Antreprenoriat în comerț, turism și servicii- curs universitar pentru IFR-*, Editura Sitech, Craiova, 2010
 7. Rusu S., - *Antreprenoriat în turism și industria ospitalității*, Editura C.H. Beck, București, 2014.

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

- Competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările angajatorilor din domeniul administrării afacerilor
- Întâlniri periodice cu angajatorii în scopul corelării conținutului disciplinei și metodelor de predare cu așteptările acestora

Notă: Universitate din Pitești evaluează periodic gradul de satisfacție al reprezentanților angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenți.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare scrisă în timpul semestrului; - Evaluare finală.	20 % 30%
10.5 Seminar/ Proiect	- participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă.	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog. - Prezentarea orală a temei de casă; - Chestionare orală.	20% 30%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul antreprenoriatului. 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Antreprenoriat în comerț, turism și servicii" 3. Capacitatea de a aplica cunoștințele dobândite în realizarea unui plan de afaceri.		

Data completării
18 septembrie 2019

Titular de curs,
Conf. univ. dr. Secară Carmen Gabriela

Titular de seminar/proiect,
Conf. univ. dr. Carmen Gabriela SECARĂ

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

FIȘA DISCIPLINEI
Ecoturism și turism rural, 2019-2020

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și 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					Ecoturism și turism rural					
2.2	Titularul activităților de curs					Lect. univ. dr. Toma Smaranda					
2.3	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Toma Smaranda					
2.4	Anul de studii	III	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 săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	48	3.5	din care curs	24	3.6	S / L / P	24
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								14
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								20
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	52						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoștințe de la disciplinele Resurse și destinații turistice, Economia turismului (studiate în anul II) și Amenajarea turistică a teritoriului și Tehnica Operațiunilor de Turism (studiate în anul III).
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii/laboratoare proiecte - Susținerea testului de verificare - Respectarea termenelor de prezentare a proiectului

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare – 1 PC C.5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC
Competențe transversale	CT3. Utilizarea metodelor și tehnicilor eficiente de învățare pe tot parcursul vieții, în vederea formării și dezvoltării profesionale continue – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina Ecoturism și Turism Rural are menirea de a transmite studenților relația care există între resursele naturale și culturale și industria turistică, valorificarea prin noi forme de turism (ecoturism, turism rural, agroturism, turism durabil) și promovarea celor mai originale și pitorești zone turistice, în contextul exploatării durabile a resurselor turistice, ecodezvoltării și dezvoltării economice regionale și locale, a protecției mediului și amenajării teritoriului.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Înțelegerea rolului resurselor turistice și valorificării lor eficiente și raționale în economie prin noi forme de turism: ecoturism și turism rural;

	2. Analiza ecoturismului și turismului rural prin prisma complexității potențialului turistic și a fenomenelor social-economice condiționate de valorificarea acestuia; 3. Deprinderea studenților cu metodele și instrumentele de analiză specifice (indicatori ecoturistici, pentru turismul rural); 4. Deprinderea studenților cu etapele de elaborare și realizare a noilor proiecte; 5. Deprinderea studenților cu soluțiile de stimulare a circulației ecoturistice și de asigurare a integrării ecoturismului și turismului rural în economia teritoriului. B. Obiective procedurale 1. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice ecoturismului și turismului rural; 2. Culegerea și prelucrarea de date din surse documentare alternative și din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor care influențează ecoturismul și turismul rural; 3. Formarea deprinderilor de utilizare a instrumentelor statistice în evaluarea circulației (eco)turistice; 4. Utilizarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor utilizate în cercetarea activității turistice dintr-o zonă sau țară. C. Obiective atitudinale 1. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în turism. 2. Valorificarea propriului potențial prin realizarea cercetării de grup sau individuală în analiza și previziunea fenomenului turistic; 3. Manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de rolul și importanța turismului în activitatea economică și socială.
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Noțiuni generale despre ecoturism 1.1. Conceptul de ecoturism 1.2. Normele de bază ale ecoturismului 1.3. Apariția ecoturismului 1.4. Ecoturismul componentă a turismului durabil 1.5. Ecoturismul și dezvoltarea economică 1.6. Ecoturismul și ariile protejate 1.7. Ariile protejate în România 1.8. Factorii care determină aplicarea ecoturismului Studiu de caz: Parcul național și principalele destinații ecoturistice pe glob	2	▪ prelegerea ▪ explicația ▪ expunerea cu material suport ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
2	Amenajarea resurselor ecoturistice 2.1. Definiția amenajării turistice 2.2. Amenajarea ecoturistică a teritoriului și dezvoltarea durabilă 2.3. Personalul din ecoturism 2.4. Managementul ecoturistic 2.5. Certificarea ecoturistică și auditul de mediu Studiu de caz: Ecoturismul în S.U.A.	4		
3	Marketingul ecoturistic 3.1. Definiție 3.2. Funcțiile marketingului turistic 3.3. Stadiile dezvoltării sustenabile ale activității ecoturistice 3.4. Promovarea activităților ecoturistice pe piața turistică 3.5. Fazele utilizării marketingului ecoturistic Studiu de caz: Parcul Natural Apuseni	4		
4	Turismul rural 4.1. Concepte și definiții 4.2. Factorii de dezvoltare a turismului rural 4.3. Componentele turismului rural 4.4. Subtipurile turismului rural 4.5. Asociații profesionale în domeniul turismului rural 4.6. Experiențe internaționale în domeniul turismului rural 4.7. Tendințele unui turism rural de calitate Studiu de caz: Tipuri de sate turistice în România	4		
5	Agroturism și turism durabil 5.1. Definiția agroturismului 5.2. Agroturismul în România 5.3. Inițiative și experiențe în agroturism la nivelul Uniunii Europene 5.4. Programe europene privind dezvoltarea turismului rural 5.5. Măsuri de stimulare a activității de agroturism 5.6. Locul și rolul agroturismului în economia locală și națională Studiu de caz: Legislație, norme metodologice și criterii privind	4		

	dezvoltarea turismului rural și clasificarea structurilor de primire turistice rural			
6	Marketingul turismului rural 6.1. Marketingul activităților de turism rural 6.2. Piața turismului rural 6.3. Produsul turistic rural european 6.4. Cererea turistică în spațiul rural din țările Uniunii Europene	2		
7	Evoluția turismului rural românesc 7.1. Scurt istoric al evoluției satului turistic românesc 7.2. Factorii de dezvoltare a turismului rural în România 7.3. Experiența internațională în organizarea satelor turistice 7.4. Selectarea și organizarea satelor turistice în România 7.5. Activități specifice turismului rural în România 7.6. Promovarea turismului rural în România Studiu de caz: Posibilități de dezvoltare a turismului rural și ecologic în comuna argeșeană Nucșoara	4		

Bibliografie

- Bâc D., 2013 Turismul și dezvoltarea durabilă: realități, provocări, oportunități, Editura Economică, București.
- Cândea Mihaela, Bogan Elena, Simon Tamara, 2011, Așezările umane și organizarea spațiului geografic, Editura Universitară, București
- Cândea Melinda, Simon Tamara, Bogan Elena, 2012, Patrimoniul turistic al României, Editura Editura Universitară, București.
- Erdeli G., Gheorghilaș A., 2006, Amenajări turistice, Editura Universitară, București.
- Glăvan V., 2006, Potențialul turistic și valorificarea sa, Editura Fundației România de Măine, București.
- Hornoiu R., 2009, Ecoturismul, orientare prioritară în dezvoltarea durabilă a comunităților locale, Editura ASE, București.
- Holden A., Fennell D., 2013, The Routledge handbook of tourism and the environment. Routledge Handbooks, New York.
- Honey Martha, 2008, Ecotourism and sustainable development: Who owns paradise?, 2d ed. Washington, DC: Island.
- Miu Florentina, Simoni Smaranda, 2010, 2012, Ecoturism și turism rural - manual universitar pentru învățământul frecvență redusă, Editura Universității din Pitești.
- Nistoreanu P., 2006, Ecoturism și turism rural, Editura ASE, București.
- Nistoreanu P., Ghereș Mihaela (coordonatori), 2010, Turism rural: tratat, Editura C.H.Beck, București.
- Page S.J., 2007, Tourism Mananagement, Elsevier Ltd., Oxford.
- Pender L., Sharpley R., 2005, The Management of Tourism, SAGE Publications Ltd, London.
- Rusu S., Isac F., 2010, Turism rural și ecoturism, Editura Universității Aurel Vlaicu, Arad, 2010.
- Seba J.A., 2012, Ecotourism and sustainable tourism: New perspectives and studies, Apple Academic, Toronto.
- Tribe J., 2006, The economics of recreation, leisure and tourism, Amsterdam, Elsevier.
- Weaver D., 2001, The Encyclopedia of Ecotourism, CABI.
- Wood Megan Epler, 2017, Sustainable Tourism on a Finite Planet. Environmental, Business and Policy Solutions, Routledge, 328 p.
- ***1994, Agenda 21, UNEP.
- ***2015, Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, United Nations.
- ***2017, Tourism Highlights, UNWTO.
- ***2017, World Tourism Barometer, UNWTO.
- *** 2017, Yearbook of Tourism Statistics, UNWTO.
- *** 2006, Quick Start Guide to a Tourism Business, NEAP.
- *** 2007, A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO.
- ***2008, Strategia Națională pentru Dezvoltare Durabilă a României Orizonturi 2013-2020-2030, Ministerul Mediului și Dezvoltării Durabile, Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare, Centrul Național pentru Dezvoltare Durabilă, București, MO 828/8.12.2008.
- www.insse.ro, Anuarele Statistice ale României – capitolul 20: Turism, 2012-2017.
- www.mdrt.ro, Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026
- www.ecotourism.org
- www.antrec.ro

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Ecoturismul în statele americane - situația ariilor protejate din America (istoric, legislație, administrația parcurilor naționale, circulația ecoturistică) - America de Nord: S.U.A. cu parcurile naționale Yellowstone, Grand Canyon, Yosemite, Marele Bazin și parcurile naționale din Canada - ecoturismul în America Centrală: practici ecoturistice, studii de caz - ecoturismul în America de Sud	2	- dialogul - dezbateri lucru în echipa - conversația euristică	Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
2	Strategii ecoturistice europene -considerații generale asupra ecoturismului european -ecoturismul în Franța, Italia, Spania -strategia europeană pentru ecoturismul Munților Alpi	4		

	-ecoturismul în țările aflate în tranziție economică: studii de caz Estonia și România			
3	Ecoturismul în statele africane - caracteristici generale ale ecoturismului în Africa - studii de caz: ecoturismul și parcurile naționale din Kenya, Tanzania, Zambia, Zimbabwe, R.Congo, Gambia, Botswana, R.Africa de Sud	2		
4	Ecoturismul în România: Rezervația Biosferei Delta Dunării și traseele turistice de aici	2		
5	Ecoturismul în România: Parcul Național Retezat și Parcul Național Munții Apuseni	2		
6	Potențialul turistic etnocultural și manifestările etnofolclorice din România	2		
7	Zone etnografice din România (prezentare) Studiu de caz: prezentarea unei zone etnografice la alegere (detaliere)	2		
8	Circuite turistice rurale cu vizitarea monumentelor incluse în patrimoniul UNESCO: - bisericile din lemn din Maramureș - bisericile fortificate din Transilvania - bisericile din nordul Moldovei - fortărețele dacice din Munții Orăștiei	2		
9	Amenajarea și echiparea așezărilor rurale pentru turism în România - Amenajarea și echiparea satelor turistice - Organizarea, dezvoltarea și promovarea turismului rural și agroturismului	2		
10	Județul Argeș – valorificarea potențialului etnocultural și ariile protejate	2		
11	Evaluare finală	2		

Bibliografie

1. Holden A., Fennell D., 2013, The Routledge handbook of tourism and the environment. Routledge Handbooks, New York.
2. Honey Martha, 2008, Ecotourism and sustainable development: Who owns paradise?, 2d ed. Washington, DC: Island.
3. Miu Florentina, Simoni Smaranda, 2010, 2012, Ecoturism și turism rural - manual universitar pentru învățământul frecvență redusă, Editura Universității din Pitești.
4. Nistoreanu P., 2006, Ecoturism și turism rural, Editura ASE, București.
5. Nistoreanu P., Ghereș Mihaela (coordonatori), 2010, Turism rural: tratat, Editura C.H.Beck, București.
6. Seba J.A., 2012, Ecotourism and sustainable tourism: New perspectives and studies, Apple Academic, Toronto.
7. Weaver D., 2001, The Encyclopedia of Ecotourism, CABI.
8. *** 1994, Agenda 21, UNEP.
9. *** 2015, Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, United Nations.
10. *** 2017, Tourism Highlights, UNWTO.
11. *** 2017, World Tourism Barometer, UNWTO.
12. *** 2017, Yearbook of Tourism Statistics, UNWTO.
13. *** 2006, Quick Start Guide to a Tourism Business, NEAP.
14. *** 2007, A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO.
15. *** 2008, Strategia Națională pentru Dezvoltare Durabilă a României Orizonturi 2013-2020-2030, Ministerul Mediului și Dezvoltării Durabile, Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare, Centrul Național pentru Dezvoltare Durabilă, București, MO 828/8.12.2008.
16. www.insse.ro, Anuarele Statistice ale României – capitolul 20: Turism, 2012-2017.
17. www.mdrt.ro, Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026
18. www.ecotourism.org
19. www.antrec.ro

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

- Competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările angajatorilor din domeniul vânzărilor
- Întâlniri periodice cu angajatorii în scopul corelării conținutului disciplinei și metodelor de predare cu așteptările acestora

Notă: Universitate din Pitești evaluează periodic gradul de satisfacție al reprezentanților angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenți.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea		

	cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluări scrise în timpul semestrului Evaluare finală	20% 30%
10.5 Seminar	-participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz ; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă.	Evaluarea răspunsurilor și intervențiilor studentului în activitățile de seminar Prezentarea orală a proiectului	20% 30%
10.6 Standard minim de performanță	1. Capacitatea de a utiliza metode și tehnici în cercetarea activității ecoturistice dintr-o zonă 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Ecoturism și turism rural" 3. Cunoașterea rolului resurselor turistice și valorificării lor prin noi forme de turism: ecoturism și turism rural.		

Data completării
17 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

FIȘA DISCIPLINEI
Servicii internaționale, anul universitar: 2019 - 2020

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și 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					Servicii internaționale					
2.2	Titularul activităților de curs										
2.3	Titularul activităților de seminar / laborator										
2.4	Anul de studii	III	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 săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	48	3.5	din care curs	24	3.6	S / L / P	24
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								14
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								20
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	52						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea elementelor de bază de Micro și Macro - Economie, Geografie Economică, Marketing, Comerț internațional
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	Dotare a sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfășurare a laboratorului	Dotarea clasică a sălii de seminar

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare – 1 PC C.5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC
Competențe transversale	CT3. Utilizarea metodelor și tehnicilor eficiente de învățare pe tot parcursul vieții, în vederea formării și dezvoltării profesionale continue – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea conceptului actual de „servicii internaționale” precum și a tendințele referitoare la teoria și practica acestui domeniu. Identificarea aspectelor actuale, convergente și divergente, din sfera relațiilor economice internaționale.
7.2 Obiectivele specifice	A. <u>Obiective cognitive</u> - Familiarizarea cursanților cu terminologia, precum și cu fenomenele și procesele economice specifice comerțului internațional; - Cercetarea de către cursanți a particularităților regionale, în contextul regionalizării și globalizării economiei mondiale; - Dezvoltarea capacității de analiză și sinteză a fenomenelor și proceselor economice

	în ansamblu, analiza particularităților unei piețe, precum și a strategiilor practicabile. B. Obiective procedurale - Înțelegerea rolului comerțului internațional în cadrul economiei internaționale; - Familiarizarea cu mecanismul derulării unei tranzacții de comerț exterior; - Planificarea judicioasă, organizarea și controlul diferitelor operațiuni de comerț internațional; - Eficientizarea tranzacțiilor comerciale internaționale. C. Obiective atitudinale - Respectarea normelor de deontologie profesională (a codului deontologic), fundamentate pe opțiuni 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	Observații Resurse folosite
1	Blocurile comerciale într-o economie globală. Sistemul Comercial Multilateral: de la GATT la OMC	2	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ exemplificarea ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> 1. Prezentări în power-point 2. Studii de caz 3. Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
2	Internaționalizarea piețelor serviciilor internaționale	2		
3	Mondializarea financiară: crize, reforme și oportunități. Piața financiară internațională	2		
4	Tehnici de finanțare în domeniul servicii internaționale. Creditele internaționale	2		
5	Comerțul electronic internațional	2		
6	Tranzacții comerciale speciale: brevete de invenție și operațiuni conexe, leasingul, franchisingul, licitațiile în comerțul internațional	2		
7	Multinaționalele și comerțul internațional cu servicii. Comerțul intrafirmă	2		
8	Expediția și transportul internațional. Livrările și achizițiile internaționale. Distribuția serviciilor internaționale. Intermediarii și auxiliarii în comerțul exterior	2		
9	Riscurile în domeniul serviciilor internaționale. Riscul bancar. Lichiditatea internațională	2		
10	Asigurări internaționale	2		
11	Eficiența în tranzacțiile cu servicii internaționale	2		
12	Cooperarea internațională în domeniul serviciilor internaționale	2		

Bibliografie:

1. Burciu Aurel (coordonator) - „Tranzacții comerciale internaționale”, Editura Polirom, Iași, 2010
2. Canton James - „Provocările viitorului. Principalele tendințe care vor reconfigura lumea în următorii 5, 10, 20 de ani”, Editura Polirom, Iași, 2010
3. Joseph E. Stiglitz - „Prețul inegalității. Cum societatea divizată din ziua de astăzi ne pune în pericol viitorul ”, Editura Publica, București, 2013
4. Carroué Laurent, Collet Didier - „La mondialisation contemporaine. Rapports de force et enjeux”, Éditions Bréal, 2013
5. Fota Constantin - „Comerț internațional și politici comerciale internaționale”, Editura Universitaria, Craiova, 2002
6. Friedman George - „Următorul deceniu. De unde venim...și încotro ne îndreptăm”, Editura Litera, București, 2011
7. Friedman Milton, Friedman Rose - „Libertatea de a alege. O declarație personală”, Editura Publica, București, 2009
8. Gueutin Claire-Agnès - „L’essentiel de l’économie internationale”, Ellipses, France, 2013
9. Krugman Paul - „End This depression, Now !”, Ed. Melrose Road Partners, 2012
10. Krugman Paul - „Întoarcerea Economiei Declinului și criza din 2008”, Editura Publica, București, 2009
11. Krugman Paul, Maurice Obsfeld, Marc Melitz, 9-e édition - „Économie internationale”, Pearson Education France, 2012
12. Meghișan Flaviu - „Comerț internațional”, Editura Sitech, Craiova, noiembrie 2014
13. Meghișan Flaviu - „Comerț internațional. Teorie, teste grilă, aplicații și studii de caz. Manual universitar pentru IFR, (suport electronic), Editura Sitech, Craiova, 2017
14. Porter Michael - „Despre concurență”, Editura Meteor Press, București, 2008

15. Roubini Nouriel, Mihm Stephen - „ <i>Economia crizelor. Curs – fulger despre viitorul finanțelor</i> ”, Editura Publica, București, 2010
16. Schumpeter Joseph A. - „ <i>Poate supraviețui capitalismul? Distrugerea creatoare și viitorul economiei globale</i> ”, Editura Publica, București, 2011
17. Starobin Paul - „ <i>Sfârșitul secolului american și noile puteri mondiale</i> ”, Editura Litera, București, 2011
18. Stiglitz Joseph E. - „ <i>În cădere liberă. America, piața liberă și prăbușirea economiei mondiale</i> ”, Editura Publica, București, 2010

8.2. Aplicații: Seminar / Laborator / Teme de casă		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor	2	▪ Dialogul ▪ Lucrul în grup ▪ Conversația euristică ▪ dezbateră cu oponent imaginar	În cadrul primei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării Resurse folosite: ▪ Scurte prezentări în power-point pentru descrierea studiilor de caz și stimularea exercițiilor ▪ Studii de caz
2	Repartiția geografică a schimburilor comerciale de servicii. Câștigătorii și pierderii schimburilor internaționale cu servicii	2		
3	Polarizarea schimburilor internaționale de servicii. Impactul aranjamentelor preferențiale în serviciile internaționale	2		
4	Rolul băncilor în comerțul internațional. Titlurile de comerț. Finanțarea exportului și a importului	2		
5	Prețul împrumuturilor internaționale. Locul și rolul bursei de valori în piața financiară internațională	2		
6	Tranzacții de servicii internaționale în compensație	2		
7	Regulile INCOTERMS	2		
8	Cadrul juridic al serviciilor internaționale: de la negociere la contractare externă, clauze și articole ale unui contract internațional, legea aplicabilă contractelor externe	2		
9	Mecanismul derulării unei operațiuni de comerț exterior: negocierea internațională; contractarea: pregătirea mărfii pentru extern; facturarea la extern; expediția internațională; transportul internațional (transportul maritim, aerian, fluvial și feroviar internațional); vămuirea și recepția mărfurilor; plata contravalorii și soluționarea litigiilor	2		
10	Managementul și profesiograma specialistului în comerț exterior	2		
11	România, în comerțul internațional cu servicii; evoluții și perspective	2		
12	Evaluare periodică	2		

Bibliografie:

1. Canton James - „*Provocările viitorului*”, Editura Polirom, Iași, 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. Meghișan Flaviu - *Comerț internațional* – Editura Sitech, Craiova, noiembrie 2014
6. Meghișan Flaviu – *Comerț internațional. Teorie, teste grilă, aplicații și studii de caz. Manual universitar pentru IFR*, (suport electronic), Editura Sitech, Craiova, 2017
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, piața liberă și prăbușirea economiei mondiale*”, Editura Publica, București, 2010

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și teoriilor de negociere în 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 și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore): calitatea și coerența tratării celor 2 subiecte abordabile în manieră explicativ – argumentativă (15%) + un subiect de analiză și interpretare (15%)	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 - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	20% 20% 30%
10.6 Standard minim de performanță	- cunoașterea și deprinderea utilizării practice a principalelor tehnici specifice conceptului actual de „servicii internaționale”, precum și a tendințelor referitoare la teoria și practica în domeniu; - nota 5 la evaluarea finală.		

Data completării
14 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

FIȘA DISCIPLINEI
Comunicare comercială, anul universitar: 2019 - 2020

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și 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. Date despre disciplina												
2.1	Denumirea disciplinei					Comunicare comercială						
2.2	Titularul activităților de curs											
2.3	Titularul activităților de seminar / laborator											
2.4	Anul de studii	III	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 săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	<u>S</u> / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	48	3.5	din care curs	24	3.6	<u>S</u> / L / P	24
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								14
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								20
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	52						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Comunicare și negociere comercială
4.2	De competențe	Capacitate de comunicare interpersonală, analiză, sinteză, raționament logic verbal, acuratețea ideilor expuse, corectitudine în folosirea normelor de gramatică ale limbii române.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	Dotare a sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfășurare a laboratorului	Dotarea clasică a sălii de seminar

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare – 1 PC C.5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC
Competențe transversale	CT3. Utilizarea metodelor și tehnicilor eficiente de învățare pe tot parcursul vieții, în vederea formării și dezvoltării profesionale continue – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Înțelegerea procesului de comunicare și a importanței utilizării corecte a lor în orice afacere; - Dobândirea de către studenți a abilităților de comunicare privind redarea, analiza și interpretarea mesajelor, a capacității de a cere, a refuza, a primi și a oferi un feedback constructiv, formulând mesajul optim și alegând canalul de comunicare cel mai eficient; - Însușirea cunoștințelor esențiale și necesare elaborării strategiilor de comunicare și negociere în afaceri; - Utilizarea corectă a tehnicilor de comunicare în funcție de parteneri și de stilul de negociere
---------------------------------------	---

	abordat de aceștia.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> - Înțelegerea sensurilor de comunicare și negociere și sublinierea importanței comunicării în negociere; - Cunoașterea sistemului afacerilor, pornind de la un plan, înțelegerea mecanismului negocierilor; - Înțelegerea tehnicilor de negociere prin comunicare; - Cunoștințele acumulate să fie utile atât în aprofundarea altor discipline de bază – economice și psihosociale - cât și pentru înțelegerea interrelațiilor dintre acestea; - Înțelegerea sensurilor de comunicare și negociere și sublinierea importanței comunicării în negociere. - Explicarea și planificarea sistemului afacerilor pentru alegerea metodei și tehnicii de negociere adecvate; - Cunoașterea metodelor comunicării dar și a negocierilor; legăturile care transpar între ele; - Înțelegerea tehnicilor de negociere prin comunicare; - Cunoștințele acumulate să fie utile atât în aprofundarea altor discipline de bază – economice și psihosociale - cât și pentru înțelegerea interrelațiilor dintre acestea. <u>B. Obiective procedurale</u> - Dezvoltarea abilităților și aptitudinilor personale pentru a susține și finaliza cu succes un proces de negociere; - Dezvoltarea tehnicilor de lucru și control al emoțiilor; - Dezvoltarea capacităților de gestionare a situațiilor conflictuale. <u>C. Obiective atitudinale</u> - Dobândirea abilităților necesare pentru a comunica eficient în situații profesionale; - Explicarea importanței practice a cunoașterii corecte și în detaliu a acestor cunoștințe, pentru activitățile viitoare.

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Comunicarea interumană eficientă	2	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ exemplificarea ▪ dezbaterile cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i>
2	Comunicarea organizațională. Obiectivele și funcțiile comunicării	2		
3	Comunicarea cu clientul	2		
4	Tipologia clienților. Tipuri comportamentale în afaceri	2		1. Prezentări în power-point
5	Parteneriat și anteprenoriat	4		
6	Negociere, manipulare și persuasiune	2		2. Studii de caz
7	Tehnici și tactici de negociere	2		
8	Aspecte generale referitoare la negociere – caracteristici și etape	2		3. Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
9	Uzanțe și protocol în negociere	2		
10	Contractul comercial – rezultat al negocierii	4		

Bibliografie:

1. Arnaud Stimec, *Negocierea*, Editura CH Beck, București, 2011
2. Balaban Delia Cristina, Hosu Ioan, Mucundorfeanu Meda, *PR Trend. Development and Trends in Communication*, Mittweida Hochschulverg, Germany, 2013
3. Balaban Delia, *Comunicare mediatică*, Ed. Tritonic, București, 2009
4. Balaban Delia, Mirela Abrudan, *Tendințe în PR și publicitate, planificare strategică și instrumente de comunicare*, Editura Tritonic, București, 2008
5. Dortier Jean-Francois, Cabin Philippe; traducător Luminița Roșca, Romina Surugiu, *Comunicarea. Perspective actuale*, Editura Polirom, Iași, 2010
6. Hassan, S., *Manipularea în negocieri*, Editura Antet, București, 2012
7. Marinescu Valentina, *Cercetarea în comunicare. Metode și tehnici*, Editura CH Beck, București, 2009
8. Mucchielli Alex, *Comunicarea în instituții și organizații*, Editura Polirom, Iași, 2008
9. Popa Ioan, *Negocierea comercială internațională*, Editura Economică, 2009
10. Rujiu Marian, *Biblia negociatorului*, Editura Vidia, 2011
11. Secară Carmen, *Comunicare și negociere comercială internațională – curs universitar* - , Editura Sitech, Craiova, 2011
12. Shell, G.,R., *Negocierea în avantaj*, Editura Codecs, București, 2007
13. Stark Peter, Flaherty Jane, *Ghid practic de negociere*, Editura Amaltea, 2010
14. Ștefan Prutianu, *Tratat comunicare și negociere în afaceri*, Editura Polirom, Iași, 2008
15. Stanciu Tolea Claudia – *Comunicare și negociere în afaceri* (în curs de apariție), Editura Universității din Pitești, Pitești, 2016

16. Stanciu Tolea Claudia – *Comunicare și negociere în afaceri*, Suport de curs în format electronic, Pitești, 2013
 17. Tudor Dorina, *Relații publice în mediul internațional – curs universitar*, Editura SNSPA, București, 2006

8.2. Aplicații: Seminar / Laborator / Teme de casă		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor	2	▪ Dialogul ▪ Lucrul în grup ▪ Conversația euristică ▪ dezbaterile cu oponent imaginar	În cadrul primei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării Resurse folosite: ▪ Scurte prezentări în power-point pentru descrierea studiilor de caz și stimularea exercițiilor ▪ Studii de caz
2	Rolul și importanța comunicării. Reguli de bază ale comunicării. Perturbații în comunicare	2		
3	Funcțiile comunicării și particularitățile comunicării în afaceri. Etica comunicării în afaceri	3		
4	Deprinderile comunicării în afaceri. Deprinderi în recepționarea mesajelor. Deprinderi de interpretarea mesajelor. Deprinderi de redarea mesajelor	3		
5	Tehnici de comunicare. Ascultarea. Înregistrarea și tratarea informațiilor. Întrebările. Relansările. Discuția normală	4		
6	Pregătirea dosarului negocierii	4		
7	Strategia comunicării. Obiectivele strategiei în comunicare. Elemente de bază în stabilirea unei strategii de comunicare	4		
8	Evaluare periodică	2		

Bibliografie:

1. Arnaud Stimec, *Negocierea*, Editura CH Beck, București, 2011
2. Balaban Delia Cristina, Hosu Ioan, Mucundorfeanu Meda, *PR Trend. Development and Trends in Communication*, Mittweida Hochschulverg, Germany, 2013
3. Balaban Delia, *Comunicare mediatică*, Ed. Tritonic, București, 2009
4. Hassan, S., *Manipularea în negocieri*, Editura Antet, București, 2012
5. Marinescu Valentina, *Cercetarea în comunicare. Metode și tehnici*, Editura CH Beck, București, 2009
6. Popa Ioan, *Negocierea comercială internațională*, Editura Economică, 2009
7. Rujoiu Marian, *Biblia negociatorului*, Editura Vidia, 2011
8. Secară Carmen, *Comunicare și negociere comercială internațională – curs universitar* - , Editura Sitech, Craiova, 2011
9. Shell, G.,R., *Negocierea în avantaj*, Editura Codecs, București, 2007
10. Stark Peter, Flaherty Jane, *Ghid practic de negociere*, Editura Amaltea, 2010
11. Stanciu Tolea Claudia – *Comunicare și negociere în afaceri* (în curs de apariție), Editura Universității din Pitești, Pitești, 2016
12. Stanciu Tolea Claudia – *Comunicare și negociere în afaceri*, Suport de curs în format electronic, Pitești, 2013

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și teoriilor de negociere în 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 și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore): calitatea și coerența tratării celor 2 subiecte abordabile în manieră explicativ –	30 %

		argumentativă (15%) + un subiect de analiză și interpretare (15%)	
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 seminar. • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	20% 20% 30%
10.6 Standard minim de performanță	- cunoașterea și deprinderea utilizării practice a principalelor tehnici de comunicare și tactici de negociere care pot fi utilizate ca modalitate de realizare a schimburilor economice; - nota 5 la evaluarea finală.		

Data completării
14 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 MIHA