

FIȘA DISCIPLINEI

ANALIZĂ ECONOMICĂ - FINANCIARĂ, anul universitar 2016-2017

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Analiză economico-financiară									
2.2	Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Gâdoiu Mihaela									
2.3	Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Gâdoiu Mihaela									
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	I	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	1
3.4	Total ore din planul de inv.	42	3.5	din care curs	28	3.6	S	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								30
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								20
Tutorat								1
Examinări								2
Alte activități								-
3.7	Total ore studiu individual			83				
3.8	Total ore pe semestru			125				
3.9	Număr de credite			5				

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 adecvata a cunostintelor fundamentale de teorie economica; Culegerea, prelucrarea si analiza datelor economice in cadrul organizatiilor; Utilizarea eficienta a resurselor sistemelor de calcul, de operare si ale internetului; Capacitati de analiza, sinteza, gandire divergenta.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	dotarea sălii de curs cu tablă și cretă / marker
5.2	De desfășurare a laboratorului	dotarea sălii de seminar cu tablă și cretă / marker, fiecare student folosește un minicalculator pentru rezolvarea calculelor necesare înregistrărilor contabile

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C1 Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii C2 Comercializarea produselor/ serviciilor C3 Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii C4 Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare C6 Asistență în managementul resurselor umane
Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă. CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei. CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.

7. Obiectivele disciplinei

7.1	Obiectivul general al disciplinei	Să dezvolte capacitatea de analiză și sinteză a studenților, prin însușirea unor metode și tehnici de investigare, cuantificare și interpretare a fenomenelor și proceselor economice care reflectă activitatea entităților.
-----	-----------------------------------	--

7.2 Obiectivele specifice	<p><u>A. Obiective cognitive</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Să identifice și să cunoască un sistem de indicatori economico-financiari 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-financiari; 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. <p><u>B. Obiective procedurale</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Să utilizeze modelele de analiză esențiale pentru interpretarea indicatorilor economico-financiari; 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. <p><u>C. Obiective atitudinale</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 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 și vor primi o bibliografie minimală cu ajutorul căreia vor realiza temele de casă; 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				
<ol style="list-style-type: none"> 1. M. Gâdoiu, <i>Perfecționarea diagnosticului financiar</i>, Ed.Universitară, București, 2015 2. I.Pană, D. Bondoc, M. Țaicu, <i>Analiză economico-financiară. Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă</i>, Editura Universității din Pitești, 2009 3. 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	Metode și tehnici utilizate în analiza economico-financiară	2	Explicații, exerciții, dezbateri	Se precizează

				criteriile evaluare Studiul de caz
2	Analiza diagnostic a activității de producție și comercializare	3	Explicatii, exercitii, dezbateri	Studiul de caz
3	Analiza gestiunii resurselor umane	2	Explicatii, exercitii, dezbateri	Lucrare de control Studiul de caz
4	Analiza cheltuielilor	2	Explicatii, exercitii, dezbateri	Studiul de caz
4	Analiza rentabilității	3	Explicatii, exercitii, dezbateri	Studiul de caz
5	Analiza poziției financiare pe baza bilanțului	2	Explicatii, exercitii, dezbateri	Studiul de caz

Bibliografie

4. M. Gâdoiu, *Perfecționarea diagnosticului financiar*, Ed.Universitară, București, 2015
5. I.Pană, D. Bondoc, M. Țaicu, *Analiză economico-financiară. Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă*, Editura Universității din Pitești, 2009
6. 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 domeniu.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Evaluare finala	Proba scrisa	50%
10.5 Seminar	Activitate seminar	Evaluarea participării studentului în timpul seminarului Lucrare de control	20%
	Evaluare periodica Teme de casă	Corectitudinea rezolvării temelor de casa	20% 10%
10.6 Standard minim de performanță	2,5 puncte la evaluarea finală; 2,5 puncte acumulate din evaluarea activităților de seminar		

Data completării
25 septembrie 2016

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
29 septembrie 2016

Director departament,
conf. univ. dr. Mihai Daniela

FIȘA DISCIPLINEI

Managementul calității în comerț, turism, servicii 2016-2017

11. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Licenta
1.6	Programul de studiu / calificarea	Economia comerțului, turismului, serviciilor

12. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Managementul calității în afaceri									
2.2	Titularul activităților de curs	Prof dr Mihaela Diaconu									
2.3	Titularul activităților de seminar / laborator	Lect dr Creanguta Sinisi									
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	I	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

13. 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								30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								34
Tutorat								5
Examinări								3
Alte activități								3
3.7	Total ore studiu individual			94				
3.8	Total ore pe semestru			150				
3.9	Număr de credite			6				

14. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

15. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	dotare a sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfășurare a laboratorului	Nu este cazul

16. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • C1: Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii; • C2: Comercializarea produselor/serviciilor; • C3: Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii; • C4: Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare; • C5: Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism, servicii. • C6: Asistență în managementul resurselor umane.
Competențe transversale	<p>CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă</p> <p>CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și munca eficientă în cadrul echipei</p> <p>CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare</p>

17. 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 specifice	<p>A. Obiective cognitive</p> <ol style="list-style-type: none"> 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

	<p>5. Definirea corectă a obiectului de studiu, a instrumentelor și metodelor de lucru în domeniul calității</p> <p>B. Obiective procedurale</p> <p>1. Corelarea unor experiențe practice cu unele teorii și modele privind managementul calității</p> <p>2. Identificarea unor situații concrete de aplicare a metodelor referitoare la managementul calității</p> <p>3. Folosirea teoriilor și instrumentelor referitoare la managementul calității.</p>
--	---

18. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Cadrul conceptual și istoric al calității ca factor al competitivității organizațiilor	2 ore	prelegerea dezbateră	Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului Studii de caz
2	Managementul calității- principii și elemente fundamentale	2 ore		
3.	Auditul calității, certificare calității și acreditarea organismelor de certificare	2 ore		
4	Standardizarea și rolul standardelor în funcționarea sistemului de management al calității	2 ore		
5	Sistemul de management al calității: documentație, managementul principalelor procese ale SMC	4 ore		
6	Modele ale excelenței în afaceri	2 ore		
7	Tehnici și instrumente clasice și moderne specifice managementului calității	2 ore		
8	Metode, tehnici și instrumente de îmbunătățire a calității	2 ore		
9	Costuri referitoare la calitate	2 ore		
10	Calitatea în contextul economiei moderne	2 ore		
11	Particularitățile asigurării calității în organizații	2 ore		
12	Măsuri de îmbunătățire a calității produselor, serviciilor	2 ore		
13	Managementul calității mediului, sistemul de management al sănătății și securității, responsabilitatea socială a companiilor	2 ore		
<p>Bibliografie</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 in afaceri, Editura A.S.E., București, 2013 Ciobanu Varvara - Cum îmbunătățim calitatea-ghid practic, Editura Economică, 2009 Diaconu Mihaela - Management, marketing în servicii, Editura Independenta Economica, Pitesti, 2007 Diaconu Mihaela- Managementul calității, Editura Universitaria , Craiova, 2011 Militaru Cezar, Drăguț Bogdănel, Zanfir Adriana – Management prin calitate, Editura Universitară, București, 2014 Olaru Marieta ș.a.- Managementul calității, suport de curs, Editura ASE, 2009-2010 C. Oprean, M. Țițu - Managementul calității în economia și organizația bazate pe cunoștințe, Editura AGIR, 2008 Pop Cecilia - Managementul calității, Editura Alfa , Iași, 2007. 				
8.2. Aplicații: Seminar / Laborator / Teme de casă		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	1. Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, conținutul portofoliului de activități (2 ore)	2 ore	conversația euristică exercițiul lucrul în grup	Studii de caz și aplicații practice, jocuri de rol
2	2. Cadrul conceptual al politicii calității (2 ore)	2 ore		
3	3. Modalități de implementare a principalelor procese ale sistemului de management al calității (6 ore) - managementul relațiilor cu clienții - managementul resurselor umane - managementul procesului de realizare a produselor/ serviciilor	6 ore		
4	4. Proceduri operaționale referitoare la asigurarea calitatății aplicate în cadrul unităților economice (8 ore)	8 ore		
5	5. Modalități de abordare a relației cu clientul (8 ore)	8		

	- 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	ore		
6	6. Evaluarea furnizorilor (2 ore)	2 ore		

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. Militaru Cezar, Drăguț Bogdănel, Zanfir Adriana – Management prin calitate, Editura Universitară, București, 2014
6. Olaru Marieta ș.a.- Managementul calității, suport de curs, Editura ASE, 2009-2010.

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și modelelor referitoare la sistemul de management al calității aplicabil unităților prestatoare de servicii vor satisface așteptările reprezentanților angajatorilor din turism, comerș, servicii
- 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.

19. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Abordarea explicativ –argumentativa Analiza si interpretare	examen scris:calitatea și coerența tratării celor 2 subiecte abordabile în manieră explicativ-argumentativă (20%) + un subiect de analiză și interpretare (30%)	50%
10.5 Seminar / Laborator / Tema de casă	Analiză si interpretare	analiza portofoliului de activități realizate la seminar și participarea la dezbateri	50%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea notiunilor care alcatuiesc vocabularul fundamental al disciplinei		

Data completării
26 septembrie 2016

Titular de curs,
prof dr Mihaela Diaconu.

Titular de seminar / laborator,
lect dr Crenguta Sinisi

Data aprobării în Consiliul departamentului,
____septembrie____

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

Director de departament,
(beneficiar),

FIȘA DISCIPLINEI
AMENAJAREA TURISTICĂ A TERITORIULUI
Anul universitar 2016-2017

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

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei		<i>AMENAJAREA TURISTICĂ A TERITORIULUI</i>								
2.2	Titularul activităților de curs		Conf. Univ. Dr. Flaviu Meghișan								
2.3	Titularul activităților de seminar		Conf. Univ. Dr. Flaviu Meghișan								
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	I	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	Opt.

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 inv.	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								12
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								12
Tutorat								3
Examinări								2
Alte activități								
3.7	Total ore studiu individual				44			
3.8	Total ore pe semestru				100			
3.9	Număr de credite				4			

4. Precondiții

4.1. de curriculum	cunoștințe de la disciplinele Ecoturism și Turism Rural (studiată în anul III), Resurse și Destinații Turistice, Economia Turismului, Administrarea Întreprinderii de Comerț, Turism și Servicii (studiate în anul II) și Geografie Economică (anul I).
4.2. de competențe	capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții

5.1. de desfășurare a cursului	dotarea sălii de curs cu videoproiector și hărțile turistice existente la catedră
5.2. de desfășurare a seminarului	dotarea sălii de seminar cu videoproiector și minim 15 calculatoare

6. Competențe specifice vizate

6.1. Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii C.2. Comercializarea produselor/ serviciilor C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii C.4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare C.5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii C.6. Asistență în managementul resurselor umane
-------------------------------------	---

6.2. Competențe transversale	<p>CT1 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă</p> <p>CT2 Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei</p> <p>CT3 Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare</p>
-------------------------------------	--

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<p>Disciplina Amenajarea Turistică a Teritoriului 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.</p>
7.2. Obiectivele specifice	<p><u>A. Obiective cognitive</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 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. <p><u>B. Obiective procedurale</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice amenajării turistice a teritoriului; 5. Culegerea și prelucrarea de date din surse documentare alternative și din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor care influențează amenajarea turistică a teritoriului; 6. Formarea deprinderilor de utilizare a instrumentelor statistice în evaluarea circulației turistice; 7. Utilizarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor utilizate în cercetarea activității turistice dintr-o zonă sau țară. <p><u>C. Obiective atitudinale</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 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.	Denumire temă	Nr. ore	Metode de predare

crt.		curs	Observații
1	Amenajarea turistică a teritoriului: concepte, definiții, principii <ul style="list-style-type: none"> - Rolul, importanța și conceptul de amenajare turistică - Tipologii de amenajare turistică - Strategii de amenajare turistică: obiective și principii 	2	Prelegere Expunere Conversație euristică Problematizare
2	Unități taxonomice ale spațiilor turistice amenajate <ul style="list-style-type: none"> - Conceptele de obiectiv turistic, centru turistic, localitate turistică, stațiune turistică, zonă turistică - Clasificarea și ierahizarea zonelor și stațiunilor turistice - Norme pentru acordarea statutului de zonă, stațiune și localitate turistică 	2	Explicație Demonstrație cu ajutorul mijloacelor moderne audio-vizuale (scurte prezentări PowerPoint)
3	Modele de amenajări turistice <ul style="list-style-type: none"> - Analiza diagnostic a teritoriului, premisă a amenajării turistice - Determinarea capacității de primire a teritoriului - Simulare, optimizare și previzionare - Decizii multicriteriale în amenajarea turistică 	2	Demonstrație cu ajutorul materialelor didactice specifice (anuale statistice, grafice)
4	Amenajarea turistică a zonelor montane <ul style="list-style-type: none"> - Potențialul turistic al unităților montane - Concepte și strategii de amenajare și dezvoltare a turismului montan - Indicatori ai echipării turistice a spațiului montan - Organizarea și amenajarea domeniului schiabil - Programe naționale de amenajare turistică a zonei montane 	4	
5	Amenajarea turistică a stațiunilor balneoclimaterice și climaterice <ul style="list-style-type: none"> - Potențialul turistic balneoclimateric și climateric - Criterii de clasificare a stațiunilor turistice balneoclimaterice și climaterice - Echiparea turistică a stațiunilor balneoclimaterice și climaterice - Strategii de dezvoltare și amenajare a spațiilor turistice balneoclimaterice și climaterice 	4	
6	Amenajarea turistică a zonelor litorale <ul style="list-style-type: none"> - Potențialul turistic al litoralului - Criterii și norme de amenajare turistică a litoralului - Amenajarea spațiului turistic balnear-litoral - Modele de amenajare și valorificare turistică în principalele zone turistice de litoral ale lumii - Turismul litoral românesc – evoluție și perspective (baza tehnico-materială, programe naționale de amenajare turistică a litoralului) 	4	
7	Amenajarea turistică a ariilor protejate <ul style="list-style-type: none"> - Potențialul turistic a ariilor protejate și organizarea acestora - Criterii de valorificare a parcurilor și rezervațiilor naturale - Ecoturismul, formă a turismului durabil - Amenajarea turistică a principalelor destinații ecoturistice pe glob - Structuri ecoturistice în România 	2	
8	Amenajarea pentru turism și agrement a zonelor urbane și	2	

	<p>periurbane</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dimensiunile cererii turistice urbane și baza materială de agrement urban - Principii de amenajare și valorificare turistică în perimetrul marilor orașe - Modele de amenajare turistică a zonelor urbane și periurbane pentru turismul de week-end 		
9	<p>Amenajarea și echiparea așezărilor rurale pentru turism</p> <ul style="list-style-type: none"> - Turism rural și agroturism: concepte și definiții - Potențialul turistic rural - Amenajarea și echiparea satelor turistice - Legislație, tipologie și clasificarea satelor turistice - Organizarea, dezvoltarea și promovarea turismului rural și agroturismului 	2	
10	<p>Tipuri și forme de turism. Protecția și conservarea resurselor turistice</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tipuri de turism - Forme de turism - Tipuri și forme de turism practicate în România - Capacitatea de suport a mediului și tipurile majore de impact dintre turism și mediu 	2	
11	<p>Zonarea turistică a României, componentă a amenajării turistice</p> <ul style="list-style-type: none"> - Criterii de delimitare a zonelor turistice - Zonele turistice ale României. Criterii de ierarhizare - Priorități în dezvoltarea zonelor turistice ale României - Dezvoltarea în perspectivă a zonelor turistice 	2	

Bibliografie:

- Băltărețu Andreea, *Amenajarea turistică durabilă a teritoriului*, Editura Sylvi, București, 2003.
- Băltărețu Andreea, *Economia turismului: studii de caz. Reglementări*, Editura ASE, București, 2008.
- Cândea Melinda, Erdeli G., Simon Tamara, Peptenatu D., *Potențialul turistic al României și amenajarea turistică a spațiului*, Editura Universitară, București, 2003.
- Draica C., *Turismul internațional: practici de elaborare și distribuție a produsului turistic*, Editura All Beck, București, 2003.
- Erdeli G., Gheorghilaș A., *Amenajări turistice*, Editura Universitară, București, 2006.
- Firoiu Daniela, *Resursele umane în turism*, Editura Universitară, București, 2005.
- Gheorghilaș A., *Geografia turismului*, Editura Universitară, București, 2003.
- Gheorghilaș A., *Geografia turismului internațional*, Editura Universitară, București, 2005.
- Glăvan V., *Turism rural. Agroturism. Turism durabil. Ecoturism*, Editura Economică, București, 2003.
- 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.
- Ioncică Maria, Stănciulescu Gabriela, *Economia turismului și serviciilor*, Editura Uranus, București, 2006.
- Iordache Carmen Maria, *Economia turismului*, Editura Independența Economică, Pitești, 2008.
- Miu Florentina, Simoni Smaranda, *Ecoturism și turism rural*, Editura Universității din Pitești, 2010.
- Muntele I., Iașu C., *Geografia turismului. Concepte, metode și forme de manifestare spațio-temporală*, Editura Sedcom Libris, Iași, 2003.
- Neguș S., *Geografia turismului*, Editura Meteor Press, București, 2003.
- Nistoreanu P., Țigu G., Popescu D., Pădurean M., Talpeș A., Tala M., Condulescu C., *Ecoturism și turism rural*, Editura ASE, București, 2003.
- Nistoreanu P., *Ecoturism și turism rural*, Editura ASE, București, 2006.
- Nistoreanu P. (coord.), *Turism rural*, Editura C.H.Beck, București, 2010.
- Stănciulescu Gabriela, *Managementul operațiunilor de turism*, Editura All Beck, București, 2003.
- Stănciulescu Gabriela, *Managementul turismului durabil în centrele urbane*, Editura Economică, București, 2004.

8.2. Seminar*			
Nr. crt.	Denumire temă	Nr.ore seminar	Metode de predare Observații
1	Amenajarea turistică, o strategie de dezvoltare a ofertei turistice <ul style="list-style-type: none"> - Conceptul de potențial turistic, ofertă turistică, patrimoniu turistic - Analiza diagnostic a teritoriului, premisă a amenajării turistice 	2	Expunere Problematizare Exerciții de reflecție
2	Stațiunea turistică (concept, clasificare, criterii de omologare, funcții)	2	Dezbateri
3	Metode de analiză a fenomenului turistic <ul style="list-style-type: none"> - Operațiuni și instrumente de calcul - Prospectarea cererii și consumului turistic 	2	Explicație Lucrul în echipă
4	Amenajarea, organizarea și dezvoltarea turismului pentru sporturi de iarnă <ul style="list-style-type: none"> - 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	Prezentări proiecte Demonstrație cu ajutorul mijloacelor moderne audio-vizuale (scurte prezentări PowerPoint)
5	Direcții și strategii ale produsului stațiunilor turistice montane <ul style="list-style-type: none"> - 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	Demonstrație cu ajutorul materialelor didactice specifice (anuar statistice, grafice)
6	Valorificarea potențialului turistic natural al unităților de deal, podiș, câmpie și al luncilor – aplicație: organizarea și valorificarea zonei turistice Vâlcea-Câmpulung Muscel	2	Instruire asistată pe calculator, modelare (Microsoft Excel, Word)
7	Climatoterapia <ul style="list-style-type: none"> - 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-Iezer) 	2	
8	Potențialul balnear al României și strategii de organizare a spațiilor turistice balneare <ul style="list-style-type: none"> - Valorificarea potențialului balneoclimateric în stațiunile din Carpații Orientali: Poiana Negri, Vatra Dornei, Borsec, Bilbor, Băile Tușnad, Balványos, Bixad, Malnaș Băi, Bodoc, Covasna, Biborțeni, Zizin 	2	
9	Amenajarea spațiului turistic balnear-litoral <ul style="list-style-type: none"> - 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 - Arii 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	Dezvoltarea agroturismului (turismului verde) - 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:

Cândea Melinda, Erdeli G., Simon Tamara, Peptenatu D., *Potențialul turistic al României și amenajarea turistică a spațiului*, Editura Universitară, București, 2003.

Diaconu Mihaela, Micu Cristina, *Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii*, Editura Universității din Pitești, 2010.

Dinu Mihaela, Petan Ioana, *Geografia turismului în România: teme pentru seminar, excursia tematică, bibliografie*, Editura Universitară, București, 2005.

Draica C., *Turismul internațional: practici de elaborare și distribuție a produsului turistic*, Editura All Beck, București, 2003.

Ielenicz M. și colab., *România. Enciclopedie turistică*, Editura Corint, București, 2003.

Nistoreanu P., *Economia turismului - teorie și practică*, Editura ASE, București, 2005.

Niță I, Niță C., *Piața turistică a României. Realități-mecanisme-tendențe*, Editura Economică, București, 2008.

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

*** *Tourism Market Trends, 2015, World Tourism Organization.*

*** *Yearbook of Tourism Statistics, World Tourism Organization*

www.vacantelataro.ro

www.romaniatravel.ro

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

www.mdrtr.ro, Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026

*NOTE:

1. Seminariile se vor desfășura pe bază de proiecte, intervenții directe, dezbateri, lucru în echipă etc, activități care vor fi luate în considerare la evaluarea finală.
2. Proiectele vor fi realizate în echipă.

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	<ul style="list-style-type: none"> - corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate. 	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluare scrisă în timpul semestrului; - Evaluare finală. 	<p>20 %</p> <p>10%</p>
10.5 Seminar	<ul style="list-style-type: none"> -participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă. - Proiect 	<ul style="list-style-type: none"> - Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog. -Prezentarea orală a temei de casă; -Chestionare orală. - Prezentare orală 	<p>20%</p> <p>30%</p> <p>20%</p>
10.6 Standard minim de performanță	Realizarea competențelor: C.1, C.4, C.5, CT.1. Nota 5 la evaluarea finală		

Data completării
15 septembrie 2016

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,

30 septembrie 2016

Director de departamen
(prestator)
Conf. univ. dr. Daniela Mihai

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

FIȘA DISCIPLINEI

Tranzacții comerciale, 2016-2017

20. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice
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

21. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Tranzacții comerciale									
2.2	Titularul activităților de curs	Lect.univ.dr. Tuță Loredana									
2.3	Titularul activităților de seminar	Lect.univ.dr. Tuță Loredana									
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	I	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	O

22. 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								
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								13
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități								2
3.7	Total ore studiu individual			47				
3.8	Total ore pe semestru			75				
3.9	Număr de credite			3				

23. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Economie comercială, Comerț internațional, Dreptul afacerilor, discipline studiate în anul II
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

24. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	Dotarea sălii de curs cu video-proiector
5.2	De desfășurare a laboratorului	Dotarea clasică a sălii de seminar Susținerea testului de verificare Respectarea termenelor de predare a proiectului

25. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • C1: Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii • C2: Comercializarea produselor/serviciilor • C3: Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii • C4: Gestionarea și alocarea resurselor materiale și umane • C5: Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism, servicii • C6: Asistență în managementul resurselor umane
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • CT1: Aplicarea principiilor, normelor și valorilor de etică profesională în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă • CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei • CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare

26. 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 <ol style="list-style-type: none"> 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;

	<p>3. Înțelegerea și aplicarea principiilor și metodelor fundamentale de investigare specifice;</p> <p>4. Identificarea, colectarea și evaluarea oportunităților și riscurilor aferente activităților din domeniul comerțului exterior;</p> <p>5. Definirea corectă a obiectului de studiu și stabilirea relațiilor pe care disciplina tranzacții comerciale le are cu alte științe.</p> <p>B. Obiective procedurale</p> <p>8. Utilizarea unor metode și instrumente de investigare a rezultatelor obținute de către diferite categorii de firme ca urmare a participării la tranzacțiilor comerciale;</p> <p>9. 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;</p> <p>10. Folosirea teoriilor și instrumentelor pentru soluționarea problemelor specifice operațiunilor desfășurate în tranzacțiile comerciale.</p> <p>C. Obiective atitudinale</p> <p>4. Dezvoltarea unei atitudini proactive față de necesitatea participării statelor lumii la circuitul economic mondial;</p> <p>5. Autoevaluarea nevoii de continuare a formării profesionale, prin valorificarea oportunităților de identificare și asimilare de noi cunoștințe în domeniu;</p> <p>6. Valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile științifice</p>
--	--

27. 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	2	- prelegerea - dezbateră cu oponent imaginar - organizatorul grafic	<i>Prezentarea în power –point</i>
2	Modalități de realizare a operațiunilor de comerț exterior 2.1. Exportul direct 2.2. Exportul prin intermediari 2.3. Exportul indirect	3		
3.	Contractul de comerț exterior 3.1.Operațiuni precontractuale 3.2. Elementele contractului de comerț exterior	3		
4.	Instrumente și tehnici de plată în tranzacțiile comerciale 6.1. Instrumente de plată în tranzacțiile comerciale 6.2. Modalități de plată în tranzacțiile comerciale	3		
5.	Operațiuni comerciale combinate 5.1. Operațiuni în contrapartidă 5.2. Operațiuni de reexport 5.3. Operațiuni de switch 5.4. Operațiuni de lohn	3		
Bibliografie <ol style="list-style-type: none"> Burciu Aurel (coord.), <i>Tranzacții comerciale internaționale</i>, Editura Polirom, Iași, 2010 Ciobanu Gheorghe (coord.), <i>Tranzacții economice internaționale</i>, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2009 Ciobanu Gheorghe, Deceanu Liviu, Postelnicescu Cătălin, Mocan Andrei, <i>Tranzacții economice și afaceri internaționale</i>, Editura Universității Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca, 2012 Dobrescu A., Potecea V., Sebea M, <i>Derularea tranzacțiilor comerciale</i>, Editura Niculescu, București, 2008 Funaru Mihaela, <i>Tehnica operațiunilor de comerț exterior</i>, Editura C.H.Beck, 2013 Ionescu Adela, Orheian Oana, <i>Tranzacții comerciale internaționale</i>, Editura Pro Universitaria, București, 2013 Man Mihai Liviu, <i>Tranzacții internaționale</i>, Editura Eftimie Murgu, Reșița, 2009 Mecu Dragoș Gabriel, <i>Evoluția tranzacțiilor comerciale internaționale și a investițiilor în contextul globalizării economiei mondiale</i>, Editura Alfa, Iași, 2012 Mionel Oana, <i>Tranzacții comerciale. De la național la internațional</i>, Ediția a II-a revizuită și adăugită Editura Universitară, București, 2016 Pistol Luminița, <i>Tehnici de comercializare și cooperare economică internațională</i>, Editura Fundației România de Măine, București, 2007 Popa Ioan, <i>Tehnica operațiunilor de comerț exterior</i>, Editura Economică, București, 2008 Popescu Nela, <i>Tranzacții comerciale</i>, Editura Economică, București, 2008 Secară Mirela, <i>Tranzacții comerciale. Manual de studiu individual</i>, Editura Pro Universitaria, București, 2012 				
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 - dezbateră lucru în echipa	Studiu de caz, prezentare proiect, test de verificare
2	Operațiuni precontractuale	2		
3	Elementele contractului de comerț exterior	2		
4	Conținutul documentelor comerciale	2		

5	Modalitățile de plată în tranzacțiile comerciale	2	- conversația euristică
6	Operațiuni comerciale combinate	2	
7	Evaluare finală	2	

Bibliografie

1. Belu Mihaela, *Operațiuni de comerț exterior. Aplicații. Studii de caz*, Editura ASE, București, 2008
2. Caraiani Gheorghe, Potecea Valeriu, *Tranzacții internaționale. Ghid practic și modele de documente*, Editura Wolters Kluwer, 2009
3. Ciobanu Gheorghe (coord.), *Tranzacții economice internaționale*, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2009
4. Dobrescu A., Potecea V., Sebea M, *Derularea tranzacțiilor comerciale*, Editura Niculescu, București, 2008
5. Funaru Mihaela, *Tehnica operațiunilor de comerț exterior*, Editura C.H.Beck, 2013
6. Mionel Oana, *Tranzacții comerciale. De la național la internațional*, Ediția a II-a revizuită și adăugită Editura Universitară, București, 2016
7. Popa Ioan, *Tehnica operațiunilor de comerț exterior*, Editura Economică, București, 2008
8. Secară Mirela, *Tranzacții comerciale. Manual de studiu individual*, Editura Pro Universitaria, București, 2012

28. 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 economic
- Întâlniri periodice cu angajatorii în scopul corelării conținutului disciplinei și metodelor de predare cu așteptările acestora

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

29. 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;	30%
		Evaluare finală	10%
10.5 Seminar	-participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea proiectelor.	Evaluarea răspunsurilor și intervențiilor studentului în activitățile de seminar	30%
		Evaluarea prezentării proiectelor	30%
10.6 Standard minim de performanță	1. Capacitatea de a efectua analize asupra unor cazuri concrete de tranzacții comerciale 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Tranzacții comerciale" 3. Cunoașterea tehnicilor și instrumentelor de plată utilizate în tranzacțiile comerciale. 4. Nota 5 la evaluarea finală		

Data completării
15 septembrie 2016

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

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Loredana Tuță

Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2016

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: 2016 - 2017

30. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice
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

31. 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	E	2.7	Regimul disciplinei	O

32. 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								30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutorat								3
Examinări								2
Alte activități								3
3.7	Total ore studiu individual			94				
3.8	Total ore pe semestru			150				
3.9	Număr de credite			6				

33. 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

34. Condiții (acolo unde este cazul)

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

35. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • C1: Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii; • C2: Comercializarea produselor/serviciilor; • C3: Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii; • C4: Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare; • C5: Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism, servicii. • C6: Asistență în managementul resurselor umane.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • CT1: Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă; • CT2: Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei; • CT3: Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.

36. 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	<p><u>A. Obiective cognitive</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 6. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte specifice activității turistice desfășurate de operatorii din turism; 7. Descrierea modalităților de concepere a produsului turistic și a tehnicilor de comercializare; 8. Explicarea și interpretarea fluxurilor și a tehnicilor de comercializare diferențiat după natura produselor turistice. 9. Cunoașterea modalităților de contractare a serviciilor turistice, precum și a

	<p>modalităților de plată.</p> <p>B. Obiective procedurale</p> <p>11. Fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare;</p> <p>12. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice turismului;</p> <p>13. Analiza relațiilor dintre consumatorii și furnizorii serviciilor turistice;</p> <p>14. Utilizarea unor metode de determinare a prețurilor serviciilor hoteliere și de restaurație;</p> <p>15. Realizarea unor programe turistice și întocmirea documentelor necesare realizării acestora.</p> <p>C. Obiective atitudinale</p> <p>7. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în domeniul turismului;</p> <p>8. Cooperarea în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor activități desfășurate de firmele de turism;</p> <p>9. Formarea unei atitudini pozitive față problemele consumatorilor de turism.</p>
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Componente și operatori în dezvoltarea turismului	2	<ul style="list-style-type: none"> Prelegerea Explicația Expunere cu material suport Conversație euristică Problematizare 	Prezentare în power-point
2. Modele de organizare și conducere a firmelor de turism	2		
3. Înființarea agenției de turism și modalități de promovare a produselor turistice. Structura tehnica a unei agenții de turism	4		
4. Mediul agențiilor de turism și operațiunile lor. (2 ore)	2		
5. Touroperatorii și produsele lor	2		
6. Tehnici de stabilire a prețului serviciilor hoteliere	2	<ul style="list-style-type: none"> Prelegerea Explicația Expunere cu material suport Conversație euristică Problematizare 	Prezentare în power-point
7. Operațiuni specifice restaurantelor	2		
8. Tehnici de stabilire a prețurilor serviciilor de agrement	2		
9. Transportatorii aerieni	2		
10. Alte forme de transport turistic	2		
11. Contractele de intermediere în turism	2		
12. Contractele de asociere în turism	2		
13. Operațiuni și instrumente de plată în turism	2		
Bibliografie			
<ol style="list-style-type: none"> Cristureanu, Cristiana, <i>Strategii și tranzacții în turismul internațional</i>, Editura C.H. Beck, București, 2006. Glăvan, Vasile, Nicula, Virgil, Copetchi, Virgil, <i>Agenția de turism: înființare, organizare, management, activitate, operații</i>, Editura Pro Universitaria, București, 2011. Ioncică, Maria, Stănciulescu, Gabriela, <i>Economia turismului și serviciilor</i>, Editura Uranus, București, 2006. Stănciulescu, Gabriela, <i>Managementul operațiunilor de turism</i>, Editura ALL Beck, București, 2003. Stănciulescu, Gabriela, Jugănar, Dănuț, <i>Animația și animatorul în turism</i>, Editura Uranus, București, 2006. Stănciulescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz</i>, Editura C.H. Beck, București, 2009. Stănciulescu, Gabriela, <i>Managementul operațiunilor în turismul de evenimente</i>, Editura ASE, București, 2010. Stănciulescu Gabriela, State Olimpia, <i>Tehnica operațiunilor de turism intern și internațional</i>, Editura C.H. Beck, București, 2012 Stănciulescu, Gabriela, <i>Managementul agenției de turism</i>, Ediția a III-a, Editura ASE, București, 2012. 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. Modele de organizare a firmelor de turism.	2	<ul style="list-style-type: none"> Expunere Problematizare Exerciții de reflecție Dezbateri Explicație 	<p>Lucrul în echipă</p> <p>Prezentări proiecte</p> <p>Demonstrație cu ajutorul mijloacelor moderne audio-vizuale (scurte prezentări PowerPoint)</p> <p>Calcul economic</p>
2. Mediul agențiilor de turism. Documente utilizate de agenția de turism.	2		
3. Fișa de prezentare a agenției de turism.	2		
4. Cota de piață a agenției de turism. Determinarea prețului de vânzare a produsului turistic.	2		
5. Conceperea și comercializarea unui produs turistic intern	2		
6. Conceperea și comercializarea unui produs turistic 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, *Tehnica operațiilor de turism*, Universitatea din Oradea, 2010.
2. Buruiană, Gianina, *Politici macroeconomice în turism*, Editura Uranus, București, 2008.
3. Glăvan, Vasile, Nicula, Virgil, Copetchi, Virgil, *Agenția de turism: înființare, organizare, management, activitate, operații*, Editura Pro Universitaria, București, 2011
4. Stănciulescu, Gabriela, Pantelescu, Andreea Marin, *Tehnica operațiilor de turism. Studii de caz și probleme*, Editura ASE, 2008
5. Stănciulescu, Gabriela, Micu, Cristina, *Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz*, Editura C.H. Beck, București, 2009.
6. Stănciulescu, Gabriela, *Managementul agenției de turism*, Ediția a III-a, Editura ASE, București, 2012.
7. Stănciulescu Gabriela, State Olimpia, *Tehnica operațiilor de turism intern și internațional*, Editura C.H. Beck, București, 2012
8. www.anat.ro
9. <http://www.amadeus.net/plnext/meb/HomePageDispatcher.action?SITE=BCEUBCEU&LANGUAGE=GB>
10. <http://www.reservationseurope.com/hotel/czech/prague/galileo-hotel.html?gclid=CNWB07zHzZ0CFcQSzAodG3t9uA>
11. www.travelocity.com
12. www.travelweb.com
13. www.enquest.com

37. 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.*

38. 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 / Laborator / Tema de casă	<ul style="list-style-type: none"> • 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. • Proiect - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea proiectului și chestionare orală 	<p>10%</p> <p>20%</p> <p>20%</p>
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea principalelor concepte specific operațiilor de turism		

Data completării
15 septembrie 2016

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2016

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Comunicare și relații publice
anul universitar: 2016 - 2017

39. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice
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

40. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Comunicare și negociere comercială									
2.2	Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Carmen SECARĂ									
2.3	Titularul activităților de seminar / laborator	Conf. univ. dr. Carmen SECARĂ									
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	II	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	O

41. 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.	24	3.5	din care curs	12	3.6	S / L / P	12
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								16
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								16
Tutorat								5
Examinări								6
Alte activități								6
3.7	Total ore studiu individual			63				
3.8	Total ore pe semestru			75				
3.9	Număr de credite			3				

42. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Nu este nevoie
4.2	De competențe	Capacități comunicare interpersonală, analiză, sinteză, raționament logic verbal, acuratețea ideilor expuse, corectitudine în folosirea normelor de gramatică ale limbii române

43. Condiții (acolo unde este cazul)

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

44. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C1 Definierea adecvată a conceptelor și principiilor specifice teoriei economice, precum și a celor din domeniul comerțului, turismului și serviciilor C2 Explicarea și interpretarea de date și informații din punct de vedere cantitativ și calitativ, pentru formularea de argumente și decizii concrete asociate comerțului, turismului și serviciilor C3 Rezolvarea problemelor în contexte bine definite asociate: concepției, planificării și executării de activități în cadrul firmelor de comerț, turism și servicii C4 Culegerea și prelucrarea de date din surse documentare alternative și din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor care influențează realizarea prestațiilor în organizațiile din comerț, turism și servicii C5 Realizarea de proiecte profesionale prin utilizarea conceptelor, principiilor și metodelor specifice domeniului comerț, turism, servicii C6 Realizarea corectă și în timp real a unei activități specifice în cadrul unei organizații de comerț, turism sau servicii
	Competențe transversale

45. Obiectivele disciplinei

7.1	Obiectivul general al disciplinei	Disciplina <i>Comunicare și relații publice</i> inițiază studenții în cunoașterea interpersonală și autocunoaștere, în dobândirea capacității de comunicare interumană, cât și profesională, precum și în înțelegerea și aplicarea tehnicilor ce țin de sfera relațiilor publice (PR-ului) -
-----	-----------------------------------	--

	aspect care contribuie la achiziționarea tuturor competențelor profesionale și transversale specifice programului de studiu. 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	<p><u>A. Obiective cognitive</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Conștientizarea și înțelegerea complexității procesului de comunicare, prin prisma elementelor și a legăturilor dintre elemente în cadrul diverselor modele ale comunicării ; 2. Înțelegerea procesului de formare, atribuire și „tranzacționare“ a semnificațiilor, în funcție de diversele contexte în care se desfășoară comunicarea; 3. Cunoașterea diferitelor categorii de semne și a situațiilor în care folosirea acestora asigură eficacitatea și eficiența comunicării; 4. Cunoașterea regulilor constitutive, respectiv normative ale comunicării ; 5. Identificarea punctelor tari și a punctelor slabe care caracterizează propriile acte de comunicare; 6. Înțelegerea impactului pe care îl are climatul suportiv/ de susținere asupra performanței în comunicare; 7. Asimilarea unui sistem adecvat de concepte din domeniul relațiilor publice. <p><u>B. Obiective procedurale</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Formarea unei obișnuințe/ practici de ascultare activă; 2. 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; 3. Deprinderea artei de a elabora materiale scrise adecvate obiectivelor de comunicare; 4. Însușirea artei de a combina diverse categorii de semne în funcție de specificitatea situațiilor de comunicare ; 5. Cunoașterea și aplicarea principiilor care asigură o comunicare de grup eficientă; 6. Deprinderea artei de a pregăti și susține un discurs public; 7. Însușirea competenței de a realiza activități de relații publice în domeniul turismului. <p><u>C. Obiective atitudinale</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dobândirea abilităților necesare pentru a comunica eficient în situații profesionale; 2. 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. 3. Însușirea unui comportament etic în sfera PR-ului și a publicității.

46. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	TEMA 1 COMUNICAREA INTERUMANĂ EFICIENTĂ 1.1. Definierea comunicării; Condițiile comunicării eficiente (1 oră) 1.2. Formele comunicării: comunicarea verbală, nonverbală și paraverbală (1 oră)	2	<ul style="list-style-type: none"> - prelegerea - conversația euristică - organizatorul grafic - exercițiul - dezbateră cu oponent imaginar 	<p><i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
2	TEMA 2 PROGRAMAREA NEURO-LINGVISTICĂ	2		
3	TEMA 3 ANALIZA TRANZAȚIONALĂ 3.1. Definierea analizei tranzacționale (1 oră) 3.2. Stările de spirit (1 oră)	2		
4	TEMA 4 STRATEGIA DE COMUNICARE ÎNTR-O ORGANIZAȚIE DE COMERT/TURISM/SERVICII	2		
5	TEMA 5 CONCEPTUL DE RELAȚII PUBLICE ȘI EVOLUȚIA ACESTORA 5.1. Noțiuni generale de relații publice (1 oră) 5.2. Departamentele și firmele de relații publice (1 oră)	2		

6	TEMA 6 CAMPANIA DE RELATII PUBLICE 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	Chiru, I.	- <i>Comunicarea interpersonală</i> , Editura Tritonic, București, 2003		
3	Coman, C.	- <i>Tehnici de negociere</i> , Ed. C.H. Beck, București, 2007		
4	Dobrescu E., Botezat E.	- <i>Dicționar de comunicare, negociere și mediere</i> , Ed. C.H. Beck, 2007		
5	Drăgan, I.	- <i>Comunicarea. Paradigme și teorii</i> , vol. I-II, Editura RAO, București, 2007		
6	Hargie, O., Dickson, D.	- <i>Skilled Interpersonal Communication</i> , 4th edition, London and New York, 2004		
7	Prutianu, Ș.	- <i>Antrenamentul abilităților de negociere</i> , Editura Polirom, 2007		
8	Newsom, Doug	- <i>Totul despre relațiile publice</i> , Editura Polirom, Iași, 2003		
9	Popescu, S.	- <i>Tehnici de comunicare și negociere – o perspectivă psihosociologică</i> , Ed. Hamangiu, 2014		
10	Rujoiu, M.	- <i>Biblia negociatorului</i> , Editura Vidia, 2011		
11	Popescu, D., M.	- <i>Comunicare și negociere în afaceri</i> , Ed. Bibliotecha, 2010		
12	Shell, G., R.	- <i>Negocierea în avantaj</i> , Editura Codecs, București, 2007		
13	Smith, Ronald D.,	- <i>Strategic Planning for Public Relations</i> , 2nd edition, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, Mahwah (N.J.), London, 2005		
14	Secară, C., G.	- <i>Comunicare și negociere comercială internațională – curs universitar</i> -, Editura Sitech, Craiova, 2011		
15	Tătarcă, R.,	- <i>Tehnici de negociere și comunicare</i> , Editura Expert, București, 2000		
16	Vasile, D.	- <i>Comunicare și negociere în afaceri</i> , Ed. ASE București, 2011.		
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	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dialogul ▪ Lucrul în grup ▪ Exercițiul ▪ Conversația euristică ▪ dezbateră cu oponent imaginar <p>În cadrul primei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării</p>	<p><i>Resurse folosite:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Scurte prezentări în power-point pentru descrierea studiilor de caz și stimularea exercițiilor ▪ Studii de caz ▪ Simulări pe computer
2	Exerciții de autocunoaștere a comportamentului, personalității și temperamentului studenților	4		
3	Suținerea unui discurs de promovare a imaginii unui produs / servicii / organizații în fața unui public - țintă	2		
4	Axa campaniei de relații publice <ul style="list-style-type: none"> ✓ 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		
Bibliografie				
1.	Balaban, D., Abrudan, M.	- <i>Tendențe 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.,	- <i>PR Trend. Development and Trends in Communication</i> , Mittweida Hochschulverg,		

Hosu, I, Mucundorfeanu, M.	Germany, 2013
4. Dagenais, B.	- <i>Campania de relații publice</i> - , Editura Polirom, Iași, 2003
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 Mâine, 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. Pease, A.,	- <i>Limbajul trupului</i> – Editura Polimark, București, 2008
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

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și teoriilor de comunicare și negociere în afaceri însoțite 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.

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

48. 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 (5%) + un subiect de analiză și interpretare (5%)	10 %
10.5 Seminar / Laborator / Tema de casă	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală 	<p>30%</p> <p>30%</p> <p>30%</p>
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea tipurilor de comunicare și a conceptelor referitoare la relațiile publice.		

Data completării
25 septembrie 2016

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

Titular de seminar / laborator,
Conf. univ. dr. Carmen SECARĂ

Data aprobării în Consiliul departamentului,
17 octombrie 2016

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: 2016 - 2017

49. 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

50. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Managementul relațiilor cu clienții în comerț, turism, servicii									
2.2	Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Constantin DRĂGHICI									
2.3	Titularul activităților de seminar / laborator	Conf. univ. dr. Daniela MIHAL									
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

51. 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								24
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								48
Tutorat								3
Examinări								2
Alte activități								5
3.7	Total ore studiu individual			102				
3.8	Total ore pe semestru			150				
3.9	Număr de credite			6				

52. 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

53. Condiții (acolo unde este cazul)

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

54. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • C1: Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii; • C2: Comercializarea produselor/serviciilor; • C3: Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii; • C4: Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare; • C5: Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism, servicii. • C6: Asistență în managementul resurselor umane.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • CT1: Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă; • CT2: Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei; • CT3: Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.

55. 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	<p><u>A. Obiective cognitive</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 10. Definierea corectă a obiectului de studiu al <i>managementului relațiilor cu clienții</i> și corelarea cu celelalte discipline; 11. Cunoașterea particularităților diferitelor modalități de organizare, coordonare și conducere a activităților specifice de vânzare a produselor/serviciilor întreprinderii de comerț, turism, servicii; 12. Cunoașterea, fundamentarea și interpretarea indicatorilor care definesc conținutul planului de vânzare; 13. 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; 14. Cunoașterea operațiunilor clasice care compun procesele de primire, depozitare și eliberare din gestiune a mărfurilor. <p><u>B. Obiective procedurale</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 16. 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; 17. Formarea abilităților necesare derulării unei riguroase și amănunțite cercetări asupra pieței consumului final;

	<p>18. Formarea abilităților necesare fundamentării și operaționalizării planului și programelor de vânzare la nivelul întreprinderii de comerț, turism, servicii;</p> <p>19. Însușirea de către studenți a abilităților necesare coordonării și operaționalizării centrelor de comercializare și servicii;</p> <p>20. Dezvoltarea capacității studentului de a percepe rolul și importanța analizei eficienței proceselor specifice vânzărilor.</p> <p>C. Obiective atitudinale</p> <ol style="list-style-type: none"> 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.
--	--

56. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	<p>Tema nr. 1: ORGANIZAREA ȘI CONDUCEREA ACTIVITĂȚII RELAȚII CU CLIENȚII</p> <p>1.1. Importanța, locul și rolul Departamentului <i>Relații cu clienții</i> în structura sistemului funcțional al întreprinderii (1 oră)</p> <p>1.2. Organizarea structurală și procesuală a Departamentului <i>Relații cu clienții</i> (1 oră)</p> <p>1.3. Conducerea activităților Departamentului <i>Relații cu clienții</i> (1 oră)</p> <p>1.4. Atribuții și responsabilități ale Departamentului <i>Relații cu clienții</i>; sistemul relațiilor funcționale (1 oră)</p>	4		
2	<p>Tema nr. 2: FACTORII MEDIULUI DE LUCRU ȘI COMPONENTELE PROCESUALE ALE DEPARTAMENTULUI RELAȚII CU CLIENȚII</p> <p>2.1. Factorii mediului de lucru și influențe asupra sistemului <i>Relații cu clienții</i>; componentele procesuale (2 ore)</p>	2		
3	<p>Tema nr. 3: ACTIVITATEA MARKETING – VÂNZĂRI</p> <p>3.1. Organizarea și conducerea activității <i>Marketing – vânzări</i> (1 oră)</p> <p>3.2. Atribuții și responsabilități ale Compartimentului <i>Marketing – vânzări</i>; sistemul relațiilor funcționale (1 oră)</p> <p>3.3. Procesul cercetării pieței consumului; programul <i>marketing – vânzări</i> (1 oră)</p>	3		
4	<p>Tema nr. 4: FUNDAMENTAREA ȘI OPERAȚIONALIZAREA PLANULUI ȘI PROGRAMELOR DE VÂNZĂRI</p> <p>4.1. Organizarea și conducerea activității <i>Plan – vânzări</i> (1 oră)</p> <p>4.2. Fundamentarea planului și a programelor de vânzări pentru produse finite și piese schimb (1 oră)</p> <p>4.3. Urmărirea realizării și derulării programelor de vânzări produse fabricate (1 oră)</p>	3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prelegerea ▪ conversația euristică 	<p><i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i></p>
5	<p>Tema nr. 5: NEGOCIEREA ȘI ÎNCHEIEREA CONTRACTELOR ECONOMICE ÎN PROCESUL VÂNZĂRII</p> <p>5.1. Organizarea și conducerea Compartimentului <i>Negociere – încheiere contracte</i>; atribuții și responsabilități (1 oră)</p> <p>5.2. Particularități ale procesului <i>negocierii și încheierii contractelor economice în domeniul vânzării</i> (1 oră)</p>	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz
6	<p>Tema nr. 6: EVIDENȚA ȘI URMĂRIREA DERULĂRII CONTRACTELOR; ANALIZA EFECTELOR ȘI EFICIENȚEI PROCESULUI COMERCIAL ÎN RELAȚIILE CU CLIENȚII</p> <p>6.1. Organizarea, conducerea și desfășurarea activității Compartimentului <i>Evidență, urmărire – derulare contracte, analiză efecte comerciale – eficiență</i> (1 oră)</p> <p>6.2. Analiza efectelor și eficienței procesului comercial în relațiile cu clienții (1 oră)</p>	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ exercițiul ▪ dezbateră cu oponent imaginar 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
7	<p>Tema nr. 7: FACTURAREA, OPERAREA, EVIDENȚA VÂNZĂRILOR ȘI ÎNCASAREA CONTRAVALORII MĂRFURILOR</p> <p>7.1. Organizarea, conducerea și funcționarea Compartimentului <i>Facturare – operare evidență vânzări, încasare – urmărire recuperare creanțe</i> (2 ore)</p>	2		
8	<p>Tema nr. 8: PROCESUL DEPOZITĂRII MĂRFURILOR, PREGĂTIRII PENTRU VÂNZARE – LIVRARE, COLECTĂRII ȘI VALORIFICĂRII AMBALAJELOR ȘI RESURSELOR SECUNDARE</p> <p>8.1. Organizarea și conducerea sistemului <i>depozitării mărfurilor, pregătirii pentru vânzare – livrare, colectării și valorificării ambalajelor și resurselor secundare</i>; atribuții și responsabilități (2 ore)</p> <p>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)</p>	4		
9	<p>Tema nr. 9: ACTIVITATEA TRANSPORT – ASIGURĂRI – EXPEDIȚII MĂRFURI</p> <p>9.1. Organizarea și conducerea sistemului <i>Transport – asigurări – expediții mărfuri</i>; atribuții și responsabilități; sistemul relațiilor funcționale</p>	2		

(1 oră)	9.2. Gestiunea curentă; optimizarea transporturilor de mărfuri (1 oră)			
---------	--	--	--	--

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 vânzări*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
5. Brutu, M. – *Managementul vânzărilor*, Editura Sitech, Craiova, 2009
6. Chira Robert, *Logistica mărfurilor*, Vol. I și Vol. II, Editura Pro Universitaria, 2016.
7. Drăghici, C., *Managementul relațiilor cu clienții*, Editura Sitech, Craiova, 2008
8. Drăghici, C., Mihai, D., *Managementul aprovizionării și vânzării – Curs destinat studenților IFR*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
9. Drăghici, C., Mihai, D., Micu, C. – *Curs de managementul relațiilor cu clienții – destinat studenților IFR*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
10. Duncan Todd – *Excelența în vânzări*, Editura Amaltea, București, 2015
11. Gallo Carmine – *Experiența APPLE - Secretele construirii unei relații pe termen lung cu clienții*, Editura Amaltea, București, 2015
12. Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar – *Business-to-business Brand Management*, Editura Brandbuilders, București, 2016
13. Mihai Daniela, Brutu Mădălina, *Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014
14. Patriche Iulian, *Canale de distribuție și logistică*, Editura Prouniversitaria, București, 2012
15. Udrescu M., Popescu-Cruceanu A., *Logistica și subsistemele logistice*, Editura Triatonic, București, 2011
16. Van Weele, A. J., *Purchasing & Supply Chain Management*, 5th edition, Cengage Learning EMEA, 2010
17. Waters, C. D. J., *Logistics: An Introduction To Supply Chain Management*, Palgrave Macmillan, 2012

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		<p>În cadrul primei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării</p> <p><i>Resurse folosite:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Scurte prezentări în power-point pentru descrierea studiilor de caz și stimularea exercițiilor ▪ Studii de caz ▪ Simulări pe computer
2	Organizarea și conducerea procesului vânzării	2		
3	Cercetarea pieței	4		
4	Fundamentarea și operaționalizarea planului de vânzări	4	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dialogul ▪ Lucrul în grup ▪ Exercițiul ▪ Conversația euristică ▪ dezbaterea cu oponent imaginar 	
5	Evaluare periodică	2		
6	Elaborarea și derularea programelor de vânzare – transport mărfuri	4		
7	Gestiunea stocurilor de produse finite	4		
8	Primirea, depozitarea și eliberarea din gestiune a mărfurilor	2		

Bibliografie

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

57. 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 de 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.

58. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none"> - 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 / Laborator / Tema de casă	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală 	<p>10%</p> <p>20%</p> <p>20%</p>
10.6 Standard minim de performanță	<ul style="list-style-type: none"> - 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</i> de produse finite; - nota 5 la evaluarea finală. 		

Data completării
25 septembrie 2016

Titular de curs,
Prof. univ. dr. Constantin DRĂGHICI

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
17 octombrie 2016

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

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

FIȘA DISCIPLINEI

Managementul resurselor umane, anul universitar: 2016 - 2017

59. 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	Administrarea Afacerilor / Economist

60. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Managementul resurselor umane									
2.2	Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Carmen SECARĂ									
2.3	Titularul activităților de seminar / laborator	Conf. univ. dr. Carmen SECARĂ									
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	II	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

61. 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								24
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								22
Tutorat								9
Examinări								4
Alte activități								10
3.7	Total ore studiu individual			89				
3.8	Total ore pe semestru			125				
3.9	Număr de credite			5				

62. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Management, Comunicare și relații publice
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

63. 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

64. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • C1 Identificarea adecvată a conceptelor legate de planificarea, organizarea, coordonarea și controlul activității resurselor umane în contextul specificității pieței muncii din domeniul administrării afacerilor • C2 Explicarea și interpretarea de situații/procese concrete din domeniul administrării afacerilor pentru interpretarea corectă a evoluțiilor pieței muncii și a evoluțiilor din interiorul firmelor în ceea ce privește angajații • C3 Rezolvarea de probleme, situații, studii de caz specifice resurselor umane: recrutare, selecție, motivare, salarizare, orarul de muncă., formare • C4 Estimarea necesarului de resurse umane în raport cu cerințele de volum și eficiență a organizației • C5 Fundamentarea de proiecte de recrutare, selecție, motivare, salarizare a resursei umane din domeniul administrării afacerilor • C6 Elaborarea unei analize cu privire la necesarul de resurse umane într-o organizație din domeniul administrării afacerilor
Competențe transversale	<p>CT1 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă</p> <p>CT2 Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei</p> <p>CT3 Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.</p>

65. 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	<u>A. Obiective cognitive</u>

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cunoașterea noțiunilor specifice managementului resurselor umane; 2. Explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale acestei discipline; 3. Conștientizarea beneficiilor pe care le asigură aplicarea managementului resurselor umane în orice domeniu de activitate; 4. Abilitatea de a concepe strategii în domeniul resurselor umane; 5. Cunoașterea metodelor folosite în managementul resurselor umane cu privire la recrutare, selecție, motivare, evaluarea salariaților; 6. Înțelegerea principiilor generale care direcționează activitatea de management resurselor umane; 7. Capacitatea de a coordona evoluția în carieră a membrilor echipei. <p>B. Obiective procedurale</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Utilizarea adecvată a noțiunilor specifice managementului resurselor umane; 2. Participarea la un interviu de recrutare-selecție simulat; 3. Participarea la identificarea unor soluții în cazul apariției conflictului organizațional; 4. Utilizarea metodelor specifice de stabilire a necesarului de personal din cadrul organizației; 5. Utilizarea instrumentelor de stabilire a stilului managerial. <p>C. Obiective atitudinale</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Manifestarea unor atitudini pozitive și responsabile față de domeniul managementului resurselor umane; 2. Cultivarea unui mediu pragmatic pentru aplicarea managementului resurselor umane; 3. Promovarea unui sistem performant de evaluare a personalului; 4. Valorificarea optimă și creativă a potențialului resurselor umane angajate în cadrul organizației; 5. Implicarea în dezvoltarea organizațională și în promovarea inovațiilor resurselor umane; 6. 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.
--	--

66. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	TEMA NR. 1 <u>CONCEPTUL ȘI EVOLUTIA MANAGEMENTULUI RESURSELOR UMANE</u> 1.1. Definierea resurselor umane și a managementului resurselor umane (1 oră) 1.2. Fazele dezvoltării managementului resurselor umane (1 oră)	2	- prelegerea - conversația euristică - organizatorul grafic - exercițiul - dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i>
2	TEMA NR. 2 <u>MODELELE MANAGEMENTULUI RESURSELOR UMANE</u> 2.1. Modelul Michael Armstrong; Modelul Milkovich-Boudreau; Modelul Ivancevich-Gluck (2 ore) 2.2. Modelul Heneman; Modelul Fisher; Modelul Tyson și Fell, Modelul David Guest (2 ore)	4		
3	TEMA NR. 3 <u>STRATEGII ȘI POLITICI ÎN DOMENIUL RESURSELOR UMANE</u> 3.1. Tipologia strategiilor (2 ore) 3.2. Politicile din domeniul resurselor umane (2 ore)	4		
4	TEMA NR. 4 <u>ANALIZA ȘI PROIECTAREA POSTURILOR</u> 4.1. Definierea postului de muncă; Componentele și variabilele postului(1 oră) 4.2. Obiectivele analizei și proiectării posturilor; Tipuri de analize ale posturilor (1 oră)	2		

5	TEMA NR. 5 PLANIFICAREA RESURSELOR UMANE 5.1. Cadrul general al planificării resurselor umane (1 oră) 5.2. Fluctuația forței de muncă (1 oră)	2		
6	TEMA NR. 6 RECRUTAREA ȘI SELECTIA RESURSELOR UMANE 6.1. Sursele procesului de recrutare. Avantaje și dezavantaje ale recrutării interne și externe (2 ore) 6.2. Metode și tehnici de selecție (2 ore))	4		
7	TEMA NR. 7 REMUNERAREA PERSONALULUI 7.1. Abordarea strategică a remunerării ; Forme de salarizare (1 oră) 7.2. Contractul individual de muncă (1 oră)	2		
8	TEMA NR. 8 MANAGEMENTUL CARIEREI 8.1. Conceptul de carieră și factorii ce influențează alegerea carierei (1 oră) 8.2. Modele de planificare a carierei (1 oră)	2		
9	TEMA NR. 9 EVALUAREA PERFORMANTELOR PROFESIONALE 9.1. Caracteristicile procesului de evaluare (1 oră) 9.2. Metode și tehnici de evaluare a performanțelor profesionale (1 oră)	2		
Bibliografie				
17	Cole, G., A.	- <i>Managementul personalului</i> , Editura CODECS, București, 2000		
18	Cherrington, D.J.	- <i>The Management of the Human Resource</i> , Allyn and Bacon, Boston, 1991		
19	Dragomir, Gh., Vârzaru, M., Șchiopoiu – Burlea, A.	- <i>Managementul resurselor umane</i> , Editura Universitaria, Craiova, 2010		
20	Lefter, V., A. Manolescu, A., Chivu, I. și colab	- <i>Managementul resurselor umane – studii de caz, probleme, teste</i> , Editura Economică, București, 1999		
21	Manolescu, A.	- <i>Managementul resurselor umane</i> , Editura Tribuna Economică, București, 2003		
22	Marin, I.	- <i>Auditul resurselor umane</i> , Editura Economică, București, 2011		
23	Secară, C.	- <i>Managementul carierei în administrația publică din România</i> , Editura SITECH, Craiova, 2009		
24	***	<i>Codul muncii, 2012</i>		
25	***	<i>Revista română de Dreptul Muncii</i>		
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	1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dialogul ▪ Lucrul în grup ▪ Exercițiul ▪ Conversația euristică ▪ dezbateră cu oponent imaginar 	<i>Resurse folosite:</i> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Scurte prezentări în power-point pentru descrierea studiilor de caz și stimularea exercițiilor ▪ Studii de caz ▪ Simulări pe computer
2	Definirea și particularitățile managementului resurselor umane <ul style="list-style-type: none"> • Exemple de activități ale departamentului de Resurse Umane într-o organizație; • Teste-grilă de verificare a cunoștințelor 	1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ În cadrul primei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării 	
3	Activități specifice departamentului de Resurse Umane în activitățile de <i>comerț, turism și servicii</i>	2		
4	Tipuri de strategii în domeniul resurselor umane <ul style="list-style-type: none"> ➤ Politici de resurse umane specifice activităților de 	2		

	<p>comerț, turism și servicii</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Principalele cerințe ale politicilor din domeniul resurselor umane ➤ Elaborarea și implementarea politicilor din domeniul resurselor umane ➤ Teste-grilă 			
5	<p>Modele de proiectare a posturilor (2 ore)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Abordări și metode ale definirii sau proiectării posturilor ➤ Proiectarea posturilor în cadrul S. C..... ➤ Teste-grilă 	2		
6	<p>Modele de planificare a resurselor umane</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Planificarea resurselor umane o agenție de turism. Studiu de caz ➤ Teste - grilă de verificare a cunoștințelor 	2		
7	<p>Recrutarea și selecția resurselor umane î</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Redactarea unui curriculum – vitae ➤ Redactarea scrisorii de intenție / motivare ➤ Prezentarea la interviul pentru angajare 	2		
<p>Bibliografie</p> <p>15. Armstrong, M. - <i>Managementul resurselor umane (manual de practică)</i>, Editura Codecs, 2003</p> <p>16. Constantin, T., Constantin, A. - <i>Managementul resurselor umane</i>, Editura Institutului European, București, 2002</p> <p>17. Lefter, V., și colab - <i>Managementul resurselor umane</i>, Editura Economică, București, 2000</p> <p>18. Prodan, A. - <i>Managementul resurselor umane</i>, Editura Universității Al. I. Cuza, Iași, 2004</p> <p>19. Ruckle, H. - <i>Limbajul corpului pentru manageri</i>, Editura Tehnică, București, 2002</p> <p>20. Stoica, C. - <i>Managementul strategic al resurselor umane</i>, Editura Junimea, Iași, 2004</p> <p>21. Secară, C., G. - <i>Tendențe și practică în domeniul managementului resurselor umane</i>, Editura Sitech, Craiova, 2013</p> <p>22. Vlăsceanu, M. - <i>Psihologia organizațiilor și a conducerii</i>, Editura Paideia, București, 2004</p>				

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și metodelor de management vor satisface așteptările reprezentanților angajatorilor din domeniul administrării 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.*

68. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none"> - corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate. 	<p>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%)</p>	50 %
10.5 Seminar / Laborator / Tema de	<ul style="list-style-type: none"> • Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a 	<ul style="list-style-type: none"> • Expunerea liberă a studentului și 	10%

casă	<p>participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii. • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse. 	<p>chestionare orală sub formă de dialog.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Testare • Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală 	<p>20%</p> <p>20%</p>
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea particularităților resurselor umane, a strategiilor din domeniul HR și a procesului de recrutare.		

Data completării
29 septembrie 2016

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

Titular de seminar / laborator,
Conf. univ. dr. Carmen SECARĂ

Data aprobării în Consiliul departamentului,
17 octombrie 2016

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: 2016 - 2017

69. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice
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

70. 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 / laborator	Lect. univ. dr. Loredana TUTĂ									
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

71. 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 inv.	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								24
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								38
Tutorat								5
Examinări								3
Alte activități								2
3.7	Total ore studiu individual			102				
3.8	Total ore pe semestru			150				
3.9	Număr de credite			6				

72. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

73. 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

74. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • C1: Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii; • C2: Comercializarea produselor/serviciilor; • C3: Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii; • C4: Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare; • C5: Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism, servicii. • C6: Asistență în managementul resurselor umane.
Competențe transversale	<p>CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă.</p> <p>CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei.</p> <p>CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.</p>

75. Obiectivele disciplinei

7.1	Obiectivul general al disciplinei	Înșuirea 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	<p>A. Obiective cognitive</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. Înșuirea caracteristicilor specifice manifestărilor expoziționale. 4. Cunoașterea și înțelegerea modului de concepere și transmitere a mesajului publicitar. <p>B. Obiective procedurale</p> <ol style="list-style-type: none"> 21. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice

	<p>tehnicilor promoționale la nivelul organizațiilor;</p> <p>22. Fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare – publicitate, promovare directă, relații publice, marketing direct;</p> <p>23. 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.</p> <p>24. Elaborarea unor studii cu privire la derularea unor campanii promoționale.</p> <p><u>C. Obiective atitudinale</u></p> <p>10. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în marketing;</p> <p>11. Capacitatea de a lucra în echipă;</p> <p>12. Manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de rolul economico-social al promovării.</p>
--	--

76. Conținuturi

8.1. Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
<p>Tema I – ACTIVITATEA PROMOȚIONALĂ A ÎNTREPRINDERII MODERNE (4 ore)</p> <p>a. Activitatea promoțională – conținut și importanță</p> <p>b. Funcțiile și tipologia strategiilor promoționale</p> <p>c. Metodologia elaborării strategiilor promoționale</p>	4	<ul style="list-style-type: none"> - Prelegerea - Explicația - Expunere cu material suport - Problematizare 	Prezentare power-point
<p>Tema II – PUBLICITATEA (4 ore)</p> <p>2.1. Definirea, caracteristicile și funcțiile publicității</p> <p>2.2. Diversitatea tipologică a publicității</p> <p>2.3. Canalele de transmitere a mesajelor publicitare</p> <p>2.4. Conținutul și structura anunțului publicitar</p> <p>2.5. Metodologia proiectării și implementării unei campanii publicitare</p>	4	<ul style="list-style-type: none"> - Prelegerea - Explicația - Expunere cu material suport - Problematizare 	Prezentare power-point Studii de caz
<p>Tema III – PROMOVAREA VÂNZĂRILOR (4 ore)</p> <p>3.1. CONȚINUTUL ȘI CARACTERISTICILE ESENȚIALE ALE TEHNICILOR DE PROMOVARE A VÂNZĂRILOR</p> <p>3.2. Tipologia tehnicilor de promovare a vânzării</p> <p>3.3. Particularități în utilizare ale principalelor tehnici de promovare a vânzării</p>	4	<ul style="list-style-type: none"> - Prelegerea - Explicația - Expunere cu material suport - Problematizare 	Prezentare power-point Studii de caz
<p>Tema IV – RELAȚIILE PUBLICE (2 ore)</p> <p>4.1. Definirea și importanța relațiilor publice</p> <p>4.2. Obiectivele, instrumentele, componentele și mijlocele de acțiune la dispoziția relațiilor publice</p> <p>4.3. Tehnici și metode specifice activităților de relații publice</p>	2	<ul style="list-style-type: none"> - Prelegerea - Explicația - Expunere cu material suport - Problematizare 	Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului Studii de caz
<p>Tema V – MARCA (4 ore)</p> <p>5.1. Perspective de abordare din punct de vedere comercial și juridic a conceptului de marcă</p> <p>5.2. Elementele care compun și individualizează o marcă – definire și condiții pentru alegerea lor</p> <p>5.3. Cerințe și semnificații ale unei mărci competitive</p> <p>5.4. Principalele funcții ale mărcii</p> <p>5.5. Tipologia mărcilor</p> <p>5.6. Procedura de înregistrare a mărcilor</p>	4	<ul style="list-style-type: none"> - Prelegerea - Explicația - Expunere cu material suport - Problematizare 	Studii de caz Scurte prezentări în power-point
<p>Tema VI – MANIFESTĂRILE PROMOȚIONALE (2 ore)</p> <p>6.1. Particularitățile, avantajele și tipologia manifestărilor expoziționale</p> <p>6.2. Obiective specifice participării la manifestările expoziționale</p> <p>6.3. Elaborarea programului participării la manifestările expoziționale</p> <p>6.4. Utilizarea sponsorizării ca instrument promoțional</p> <p>6.5. Principalele forme și domenii pretabile sponsorizării</p>	2	<ul style="list-style-type: none"> - Prelegerea - Explicația - Expunere cu material suport - Problematizare 	Studii de caz Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului

Tema VII – FORȚA DE VÂNZARE (2 ore) 7.1. Abordarea forței de vânzare ca tehnică promoțională 7.2. Organizarea și conducerea activității forțelor de vânzare 7.3. Managementul forțelor de vânzare	2	- Prelegerea - Explicația	Studii de caz
Tema VIII – MARKETINGUL DIRECT (2 ore) 8.1. Conținutul și importanța marketingului direct 8.2. Principalele instrumente specifice marketingului direct	2	- Prelegerea - Explicația - Expunere cu material suport - Problematizare	Studii de caz Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
Bibliografie			
11. Constantin, Cristinel, Tecău, Simona Alina, <i>Introducere în cercetarea de marketing</i> , Editura Universitară, 2013. 12. Cruceru, Anca Francisca, <i>Tehnici promoționale</i> , Editura Uranus, București, 2009. 13. Carnegie, Dale, Crom, J. Oliver, Crom, Michael, <i>Tehnici de a vinde</i> . Ediția a III-a, Editura Curtea Veche, București, 2014. 14. Drăghici, Constantin, Mihai, Daniela, Micu, Cristina, - <i>Curs de tehnici promoționale</i> ., Editura Universității din Pitești, 2010 15. Fisher-Buttinger, Claudia, Vallaster, Christine, <i>Noul branding: Cum să construiești capitalul unei mărci</i> , Editura Polirom, București, 2011. 16. Manole, Victor, Stoian, Mirela, Ion, Raluca Andreea, <i>Marketing</i> , Editura ASE, București, 2011. 17. Mihai, Daniela, <i>Curs de tehnici promoționale</i> , Editura Universității din Pitești, 2008. 18. Moise, Daniel, <i>Marketingul evenimentelor. Târgurile și expozițiile</i> , Ed. ASE, București, 2015. 19. Nenciu, D.S., <i>Tehnici promoționale</i> , Editura Europolis, Constanța, 2010; 20. Pavel, Camelia, <i>Tehnici promoționale</i> , Editura Pro Universitaria, 2014. 21. Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane, <i>Marketing Management</i> , Pearson-Practice Hall, 2009 22. Preda, Sorin, <i>Introducere în creativitatea publicitară</i> , Editura Polirom, București, 2011. 23. Pringle, Hamish, Field, Peter, <i>Strategii pentru brandingul de succes. Notorietatea și longevitatea unei mărci</i> , Editura Polirom, București, 2011. 24. Zbuchea, Alexandra, Pînzaru, Florina, Galalae, Cristina, Mitan, Andreea, <i>Ghid esențial de promovare</i> , Editura Tritonic, 2015.			
8.2. Seminar/Laborator*	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat	1	• dialogul • conversația euristică	Se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării
Determinarea bugetului de publicitate.	3	• conversația euristică • exercițiul • dezbateră • lucrul în grup	Studii de caz
Analiza unor anunțuri publicitare din presa scrisă	2		
Evaluarea impactului unui anunț publicitar	2		
Realizarea fișei de promovare a vânzărilor pentru un produs	2		
Indicatori de caracterizare a unui plan media	2		
Analiza comparativa între două mărci ale unor produse similare	2		
Alegerea planului media pe baza criteriului CPM	2		
Eficiența procesului vânzării.	2		
Strategia de comunicație promoțională pentru un produs	4		
Susținere proiect și verificarea cunoștințelor	2		
Bibliografie			
1. Constantin, Cristinel, Tecău, Simona Alina, <i>Introducere în cercetarea de marketing</i> , Editura Universitară, 2013. 2. Cruceru, Anca Francisca, <i>Tehnici promoționale</i> , Editura Uranus, București, 2009. 3. Cucu, Ioan, <i>Tehnici promoționale</i> , Editura Universitas, Petroșani, 2014. 4. Carnegie, Dale, Crom, J. Oliver, Crom, Michael, <i>Tehnici de a vinde</i> . Ediția a III-a, Editura Curtea Veche, București, 2014. 5. Drăghici, Constantin, Mihai, Daniela, Micu, Cristina, - <i>Curs de tehnici promoționale</i> ., Editura Universității din Pitești, 2010 6. Fisher-Buttinger, Claudia, Vallaster, Christine, <i>Noul branding: Cum să construiești capitalul unei mărci</i> , Editura Polirom, București, 2011. 7. Manole, Victor, Stoian, Mirela, Ion, Raluca Andreea, <i>Marketing</i> , Editura ASE, București, 2011. 8. Pavel, Camelia, <i>Tehnici promoționale</i> , Editura Pro Universitaria, 2014. 9. Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane, <i>Marketing Management</i> , Pearson-Practice Hall, 2009 10. Preda, Sorin, <i>Introducere în creativitatea publicitară</i> , Editura Polirom, București, 2011. 11. Pringle, Hamish, Field, Peter, <i>Strategii pentru brandingul de succes. Notorietatea și longevitatea unei</i>			

mărci, Editura Polirom, București, 2011.
 Zbucnea, Alexandra; Pînzaru, Florina; Galalae, Cristina; Mitan, Andreea, *Ghid esențial de promovare*, Editura Tritonic, 2015.

77. 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.*

78. 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 / Laborator / Tema de casă	Evaluarea răspunsurilor și intervențiilor studentului în activitățile de seminar	Evaluarea răspunsurilor și intervențiilor studentului în activitățile de seminar	20%
	Evaluarea prezentării proiectelor	Evaluarea prezentării proiectelor	30%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea principalelor tehnici de promovare utilizate în domeniul comerțului, turismului și serviciilor		

Data completării
25 septembrie 2016

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

Titular de seminar / laborator,
Lect. univ. dr. Loredana TUȚA

Data aprobării în Consiliul departamentului,
29 septembrie 2016

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: 2016 - 2017

79. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice
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

80. 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 / laborator	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

81. 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								24
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								38
Tutorat								3
Examinări								2
Alte activități								5
3.7	Total ore studiu individual			102				
3.8	Total ore pe semestru			150				
3.9	Număr de credite			6				

82. 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

83. Condiții (acolo unde este cazul)

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

84. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • C1: Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii; • C2: Comercializarea produselor/serviciilor; • C3: Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii; • C4: Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare; • C5: Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism, servicii. • C6: Asistență în managementul resurselor umane.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • CT1: Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă; • CT2: Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei; • CT3: Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.

85. Obiectivele disciplinei

7.1	Obiectivul general al disciplinei	Abordarea pragmatică a activităților de prestare propriu-zisă a serviciilor hoteliere și de restaurație; cunoașterea 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	<p>A. Obiective cognitive</p> <p>15. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte specifice serviciilor hoteliere și de restaurație;</p> <p>16. Cunoașterea trăsăturilor caracteristice unităților de primire turistică și de alimentație publică.</p> <p>17. Identificarea adecvată a conceptelor legate de planificarea, organizarea, coordonarea și controlul activității resurselor umane în hotelărie și restaurație.</p> <p>18. Cunoașterea formelor de asociere a afacerilor în hotelărie și restaurație.</p> <p>19. Descrierea conceptelor și principiilor evidenței contabile aplicate în finanțarea</p>

	<p>activităților din industria ospitalității.</p> <p>B. Obiective procedurale</p> <p>25. Explicarea modalității de organizare și funcționare a unităților din industria hotelieră și de restaurație;</p> <p>26. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice industriei ospitalității;</p> <p>27. Analiza relațiilor dintre consumatorii și furnizorii serviciilor turistice;</p> <p>28. Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme specifice asigurării calității în hotelărie și restaurație.</p> <p>C. Obiective atitudinale</p> <p>13. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în hotelărie și restaurație;</p> <p>14. Cooperarea în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor activități desfășurate de firmele de turism;</p> <p>15. Manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de serviciile hoteliere și de restaurație.</p>
--	--

86. Conținuturi

8. Conținuturi

8.1. Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
14. Teorii și componente ale industriei ospitalității	2	<ul style="list-style-type: none"> • Prelegerea • Explicația • Expunere cu material suport • Conversație euristică • Problematizare 	Prezentare în power-point
15. Infrastructura de bază în industria ospitalității	4		
16. Organizarea și funcționarea unităților din industria hotelieră și restaurație	4		
17. Resursele umane în hotelărie și restaurație	2		
18. Yield managementul în hotelărie și restaurație	2		
19. Gastronomia și oenologia în afacerile din industria ospitalității	2	<ul style="list-style-type: none"> • Prelegerea • Explicația • Expunere cu material suport • Conversație euristică • Problematizare 	Prezentare în power-point
20. Forme de asociere a afacerilor în hotelărie și restaurație	4		
21. Franciza în afacerile hoteliere și de restaurație	2		
22. Administrarea durabilă a afacerilor în hotelărie și restaurație	2		
Bibliografie			
<p>25. Baker, Sue, Bradley, Pam, Huyton, Jeremy, <i>Principiile operațiunilor de la recepția hotelului</i>, Ediția a-II-a, Editura C.H. Beck, București, 2007.</p> <p>26. Cristoreanu, Cristiana, <i>Strategii și tranzacții în turismul internațional</i>, Editura C.H. Beck, București, 2006.</p> <p>27. Florea, Constantin, <i>Manualul practic al ospătarului</i>, Colecția 25 THR, 2010.</p> <p>28. Iunius, Ray F., Fraenkel, Stefan, <i>Hotellerie de lux. Productivitate, calitate, rentabilitate</i>, Editura De Boeck, 2009.</p> <p>29. Lupu, Nicolae, <i>Hotelul. Economie și management. Ediția a VI a</i>, Editura C.H. Beck, București, 2010.</p> <p>30. 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.</p> <p>31. Stănculescu, Gabriela, Jugănar, Dănuț, <i>Animăția și animatorul în turism</i>, Editura Uranus, București, 2006.</p> <p>32. Stănculescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz</i>, Editura C.H. Beck, București, 2009.</p> <p>33. Stănculescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație</i>, Editura C.H. Beck, București, 2012.</p> <p>34. Stănculescu, Gabriela, <i>Managementul operațiunilor în turismul de evenimente</i>, Editura ASE, București, 2010.</p> <p>35. Timothy Lee, Stănculescu, Gabriela, <i>Practical principles in the tourism and hotel industry</i>, Editura, București, 2011.</p>			
8.2. Seminar/Laborator*	Nr. ore	Metode de predare	Observații
15. Dimensiunea și gestiunea unităților din hotelărie și restaurație	2	<ul style="list-style-type: none"> • Expunere • Problematizare • Exerciții de reflecție • Dezbateri • Explicație 	<p>Lucrul în echipă</p> <p>Prezentări proiecte</p> <p>Demonstrație cu ajutorul mijloacelor moderne audio-vizuale (scurte prezentări PowerPoint)</p> <p>Calcul economic</p>
16. Prezentarea și comentarea Ordinului 65/2013 pentru aprobarea normelor metodologice privind acordarea certificatului de clasificare, licenței de turism și brevetului	2		
17. Determinarea tarifului mediu de cameră utilizând tehnica miimii și formula lui Hubbart.	2		
18. Prețul de vânzare și analiza vânzărilor în alimentație	2		
19. Sisteme informatice pentru restaurante și hoteluri	2		
20. Garanția contractuală în cadrul unui contract încheiat între agenția de turism și hotel.	2		
21. Oferta hotelieră mondială.	2		
22. Calculul tarifului pentru camera single și calculul			

tarifului pentru camera double.	2	
23. Ratele de ocupare în cadrul unui hotel.	2	
24. Principiul pentru toți. Pragul de rentabilitate în cadrul unei firme de agrement. (2 ore)	2	
25. Lanțuri de restaurante.	2	
26. Tipuri de contracte de management hotelier	2	
Bibliografie:		
<ol style="list-style-type: none"> 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. Cristureanu, Cristiana, <i>Strategii și tranzacții în turismul internațional</i>, Editura C.H. Beck, București, 2006. 5. Florea, Constantin, <i>Manualul practic al ospătarului</i>, Colecția 25 THR ,2010. 6. Iunius, Ray F., Fraenkel, Stefan, <i>Hotellerie de lux. Productivitate, calitate, rentabilitate</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. Lupu, Nicolae, <i>Strategia de concentrare a întreprinderilor de turism</i>, Editura Economică, București, 2003. 9. Stănculescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz</i>, Editura C.H. Beck, București, 2009. 10. Stănculescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație</i>, Editura C.H. Beck, București, 2012. 11. *** Database MKG Hospitality Martie 2016 12. *** Ordinul 65/2013 privind eliberarea certificatelor de clasificare, a licențelor și brevetelor de turism. 13. www.hospitalitynet.org 14. www.horeca.ro 15. http://www.hotelcon.com/ 16. www.gov.turism.ro 		

87. 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.

88. 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 / Laborator / Tema de casă	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea proiectului și chestionare orală 	<p>10%</p> <p>20%</p> <p>20%</p>
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea principalelor concepte specifice operațiunilor de hotelărie și restaurație		

Data completării
15 septembrie 2016

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2016

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

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

**FIȘA DISCIPLINEI
2016 - 2017**

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2. Facultatea/Departamentul	Facultatea de Științe Economice
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/Calificarea	ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR / Economist

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei				Proiecte economice			
2.2. Titularul activităților de curs							
2.3. Titularul activităților de seminar				Lect. univ. dr. Popescu Emilia			
2.4. Anul de studiu III	2.5. Semestrul II	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1. Număr de ore pe săptămână: 2	3.2. din care: curs: -	3.3. seminar / laborator: 2	
3.4. Total ore din planul de învățământ 24	3.5. din care: curs: -	3.6. seminar / laborator: 24	
Distribuția fondului de timp			26 ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe			5
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren			9
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri			7
Tutoriat			3
Examinări			2
Alte activități			-
3.7. Total ore studiu individual	26		
3.8. Total ore pe semestru	50		
3.9. Număr credite	2		

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 videoprojector
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Dotarea clasică a sălii de seminar

6. Competențe specifice acumulate (vizate prin programul de studiu)

6.1. Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii. C.2. Comercializarea produselor/serviciilor. C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii. C.4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare. C.5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism, servicii. C.6. Asistență în managementul resurselor umane.
6.2. Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii

	<p>profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă.</p> <p>CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei.</p> <p>CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.</p>
--	--

* **Notă:** Disciplina *Proiecte economice* își propune să consolideze într-o abordare sistemică cunoștințele dobândite la materiile studiate anterior, caracterul practic și concret al abordării punând studentul în postura de a depăși stadiul reproducerii informațiilor și a trece la etapele de înțelegere, aplicare, analiză, sinteză și chiar evaluare a informațiilor disponibile – aspect care contribuie la dezvoltarea tuturor competențelor profesionale și transversale specifice programului de studiu.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu procesul de elaborare a unui proiect economic complex în comerț, turism și servicii.
7.2. Obiectivele specifice	<p><u>A. Obiective procedurale</u></p> <p>29. Selectarea informațiilor economice relevante pentru fundamentarea ideii centrale a proiectului, pe baza identificării oportunităților și amenințărilor mediului de afaceri;</p> <p>30. Analiza pe baza indicatorilor cantitativi a situației economico-financiare a firmei, a pieței și a managementului firmei în perioada de bază;</p> <p>31. Descrierea argumentată a metodologiei proiectului și evaluarea eficienței economice a acestuia;</p> <p>32. Dimensionarea resurselor necesare realizării obiectivelor proiectului;</p> <p>33. Fixarea realistă a termenelor intermediare și a termenelor finale de realizare a obiectivelor;</p> <p>34. Stabilirea unor sisteme de colectare și valorificare a datelor privind efectele implementării proiectului în cadrul organizațiilor din domeniul comerțului, turismului sau serviciilor.</p> <p><u>B. Obiective atitudinale</u></p> <p>2. Capacitatea de a lucra în echipă;</p> <p>3. Respectarea normelor de deontologie ale profesiei de manager;</p> <p>4. Cultivarea unor atitudini constructive în contexte organizaționale variate.</p>

8. Conținut

Seminar/Laborator*	Metode de predare	Observații
Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor (2 ore)	<ul style="list-style-type: none"> • dialogul • conversația euristică 	Se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării
<p>1. Metodologia întocmirii proiectelor (4 ore)</p> <p>1.1. Semnificația noțiunii de proiect și principale sale caracteristici</p>	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • exercițiul • lucrul în grup 	<p>Scurte prezentări în power-point</p> <p>Simulări pe computer</p> <p>Studii de caz</p> <p>Fascicol din lucrarea practică</p>

<p>1.2. Tipologia programelor de finanțare europeană</p> <p>1.3. Metode, tehnici și instrumente manageriale specifice proiectelor</p> <p>1.4. Ghid metodologic privind etapele specifice ciclului de viață al unui proiect</p>		
<p>2. Surse de finanțare nerambursabilă și coordonatele fundamentale ale procesului atragerii finanțării (6 ore)</p> <p>2.1. Recomandări în alegerea programului de finanțare și definitivarea pachetului informativ privind derularea proiectului</p> <p>2.2. Categoriile de proiecte de accesare a fondurilor publice nerambursabile</p> <p>2.3. Analiza proiectelor privind creșterea competitivității economice</p> <p>2.3.1. Identificarea solicitanților eligibili</p> <p>2.3.2. Descrierea activităților eligibile</p> <p>2.3.3. Verificarea eligibilității organizației de cercetare</p> <p>2.3.4. Stabilirea obligațiilor părților și întocmirea contractului de parteneriat</p> <p>2.3.5. Stabilirea modului de asigurare a finanțării</p>	<ul style="list-style-type: none"> • dialogul • dezbateră cu oponent imaginar • conversația euristică • lucrul în grup 	<p>Studii de caz</p> <p>Scurte prezentări în power-point</p> <p>Fascicol din lucrarea practică</p>
<p>3. Elaborarea propunerilor de proiecte, depunerea lor și obținerea acceptării de finanțare (6 ore)</p> <p>3.1. <i>Întocmirea Cererii de finanțare și a documentelor însoțitoare</i></p> <p>3.2. <i>Depunerea Cererii de finanțare</i></p> <p>3.3. Evaluarea și selecția propunerilor de proiecte</p> <p>3.3.1. Verificarea formală și verificarea eligibilității propunerilor</p> <p>3.3.2. Evaluarea și selecția propunerilor</p>	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • exercițiul • lucrul în grup 	<p>Simulări pe computer</p> <p>Studii de caz</p> <p>Fascicol din lucrarea practică</p>
<p>4. Implementarea proiectelor acceptate pentru a fi finanțate (2 ore)</p> <p>4.1. <i>Încheierea Contractului de finanțare</i></p> <p>4.2. <i>Derularea proiectului și acordarea finanțării</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • exercițiul • lucrul în grup 	<p>Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiilor</p> <p>Studii de caz</p> <p>Fascicol din lucrarea practică</p>
<p>5. Monitorizarea și controlul derulării proiectului. Evaluarea</p>	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • exercițiul 	<p>Scurte prezentări în power-point pentru stimularea</p>

eficienței (4 ore) 5.1. Monitorizarea pe durata implementării proiectelor 5.2. Asigurarea informării și publicității proiectului 5.3. Raportarea și evaluarea eficienței implementării proiectelor 5.4. Controlul și auditul implementării proiectelor	<ul style="list-style-type: none"> lucrul în grup 	exercițiilor Studii de caz Fascicol din lucrarea practică
Bibliografie 1. Androniceanu, A. (coord.) – <i>Managementul proiectelor cu finanțare externă</i> , Editura Universitară, București, 2004 2. Badescu, Chirita, Boldeanu, Bradea, <i>Bazele analizei si diagnozei sistemelor economice</i> , Ed. Economica, Bucuresti, 2014 3. Brailean, Tiberiu, <i>Politici economice</i> , Ed. Institutul European, Iasi, 2014 4. Curaj, A., Apetroaie, M., Scarlat, C. – <i>Practica managementului proiectelor</i> , Editura Economică, București, 2003 5. Gareis, R. – <i>Happy Projects</i> , Editura ASE, București, 2006 6. Grigorescu, A. – <i>Managementul Proiectelor – Utilitate, metodologie, finalitate</i> , Editura Politeia SNSPA, București, 2005 7. Grigorescu, A. – <i>Practica managementului proiectelor</i> , Editura Uranus, București, 2008 8. Nicolescu, O., Verboncu, I. – <i>Metodologii manageriale</i> , Editura Universitară, București, 2008 9. Radu, V. (coord.), Bănac, C.S., Dobrea, R.C., Simion C.P. – <i>Managementul proiectelor. Teste grilă</i> , Editura Universitară, București, 2010 10. Tache, Ileana, <i>Politici economice europene</i> , Ed. Economica, București, 2014 11. Verboncu, I. – <i>Managementul societății comerciale. Proiect economic</i> , Editura Printech, București, 2008		

***NOTE:**

1. Seminariile se vor desfășura pe bază de exercițiu, lucru în grup, conversație, activități care vor fi luate în considerare la evaluarea finală.
2. Pe baza activității de seminar, studenții trebuie să elaboreze și un proiect. Lucrările vor fi realizate individual.

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 specifice proiectelor economice destinate administrării afacerilor în comerț, turism și servicii 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 absolvenții.

10. Evaluare:

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 SI (Curs)	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate;	Evaluare scrisă în timpul semestrului; Evaluare finală	30 % 10%
10.5 Seminar	-participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz;	- Expunerea liberă a studentului;	20%

	- gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă.	- activitate seminar -Prezentarea orală a temei de casă; -Chestionare orală.	30 % 10%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul Științei Mărfurilor 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei “ Fundamentarea Științei Mărfurilor” 3. Nota 5 la evaluarea finală		

Data completării
23 septembrie 2016

Semnătura titularului de curs
Lect. univ. dr. Emilia POPESCU

Semnătura titularului de seminar
Lect. univ. dr. Emilia POPESCU

Data avizării în Departament
17 octombrie 2016

Semnătură Director Departament
Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

FIȘA DISCIPLINEI

Ecoturism și turism rural, 2016-2017

89. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice
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

90. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Ecoturism și turism rural									
2.2	Titularul activităților de curs	Lect.univ.dr. Tuță Loredana									
2.3	Titularul activităților de seminar	Lect.univ.dr. Tuță Loredana									
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	II	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	A

91. 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.	24	3.5	din care curs	12	3.6	S / L / P	12
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								8
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								2
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								10
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități								2
3.7	Total ore studiu individual			26				
3.8	Total ore pe semestru			50				
3.9	Număr de credite			2				

92. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoștințe de la disciplinele Resurse și Destinații Turistice, Economia Turismului (studiate în anul II) și Tehnica Operațiunilor de Turism (studiate în anul III).
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

93. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	Dotarea sălii de curs cu video-proiector
5.2	De desfășurare a laboratorului	Dotarea clasică a sălii de seminar Susținerea testului de verificare Respectarea termenelor de predare a proiectului

94. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • C1: Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii • C2: Comercializarea produselor/serviciilor • C3: Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii • C4: Gestionarea și alocarea resurselor materiale și umane • C5: Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism, servicii • C6: Asistență în managementul resurselor umane
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • CT1: Aplicarea principiilor, normelor și valorilor de etică profesională în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă • CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei • CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare

95. 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 exploatarea durabile a resurselor turistice, ecodezvoltării și dezvoltării economice regionale și locale, a protecției mediului și amenajării teritoriului.
7.2 Obiectivele specifice	<p>A. Obiective cognitive</p> <ul style="list-style-type: none"> 6. Înțelegerea rolului resurselor turistice și valorificării lor eficiente și raționale în economie prin noi forme de turism: ecoturism și turism rural; 7. Analiza ecoturismului și turismului rural prin prisma complexității potențialului turistic și a

	<p>fenomenelor social-economice condiționate de valorificarea acestuia;</p> <p>8. Deprinderea studenților cu metodele și instrumentele de analiză specifice (indicatori ecoturistici, pentru turismul rural);</p> <p>9. Deprinderea studenților cu etapele de elaborare și realizare a noilor proiecte;</p> <p>10. Deprinderea studenților cu soluțiile de stimulare a circulației ecoturistice și de asigurare a integrării ecoturismului și turismului rural în economia teritoriului.</p> <p>B. Obiective procedurale</p> <p>35. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice ecoturismului și turismului rural;</p> <p>36. Culegerea și prelucrarea de date din surse documentare alternative și din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor care influențează ecoturismul și turismul rural;</p> <p>37. Formarea deprinderilor de utilizare a instrumentelor statistice în evaluarea circulației (eco)turistice;</p> <p>38. Utilizarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor utilizate în cercetarea activității turistice dintr-o zonă sau țară.</p> <p>C. Obiective atitudinale</p> <p>16. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în turism.</p> <p>17. Valorificarea propriului potențial prin realizarea cercetării de grup sau individuală în analiza și previziunea fenomenului turistic;</p> <p>18. Manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de rolul și importanța turismului în activitatea economică și socială.</p>
--	---

96. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Ecoturismul, principală formă de manifestare a turismului durabil 1.1. Legislație și organisme internaționale în domeniul ecoturismului 1.2. Certificarea ecoturistică și auditul de mediu 1.3. Piața ecoturistică	2		
2	Ariile naturale protejate, premise ale dezvoltării ecoturismului 2.1. Gestiunea parcurilor naționale 2.2. Indicatori utilizați pentru determinarea ariilor protejate	2		
3.	Ecoturismul în ariile protejate 3.1. Ecoturismul în statele americane 3.2. Strategii ecoturistice europene 3.3. Ecoturismul în statele africane 3.4. Ecoturismul în Australia 3.5. Ariile protejate în România: rezervațiile Biosferei, parcurile naționale și naturale și turismul desfășurat în cadrul acestora	3	- prelegerea - dezbateră cu oponent - organizatorul grafic	<i>Prezentarea în power –point</i>
4.	Complexitatea fenomenului turistic rural 4.1. Turism rural și agroturism: concepte și definiții 4.2. Tipuri de sate turistice 4.3. Pensiunea turistică rurală și ferma agroturistică – unități de primire specifice turismului rural	2		
5.	Amenajarea și echiparea așezărilor rurale pentru turism 5.1. Potențialul turistic rural 5.2. Amenajarea și echiparea satelor turistice 5.3. Clasificarea satelor turistice 5.4. Organizarea, dezvoltarea și promovarea turismului rural și agroturismului	3		

Bibliografie

- Bâc Dorin Paul, 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.
- Miu Florentina, Simoni Smaranda, 2012, *Ecoturism și turism rural*, Editura Universității din Pitești.**
- Miu Florentina, Simoni Smaranda, 2010, *Ecoturism și turism rural – manual universitar pentru învățământ frecvență redusă*, Editura Universității din Pitești, Pitești.**

9. Nistoreanu P., 2006, *Ecoturism și turism rural*, Editura ASE, București.
10. Nistoreanu P., Ghereș Mihaela (coordonatori), 2010, *Turism rural: tratat*, Editura C.H.Beck, București.
11. Rusu S., Isac F., 2010, *Turism rural și ecoturism*, Editura Universității Aurel Vlaicu, Arad, 2010
12. Tribe J., 2006, *The economics of recreation, leisure and tourism*, Amsterdam, Elsevier.

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 echipa - conversația euristică	Studiu de caz, prezentare proiect.
2	Ecoturismul în statele americane	2		
3	Strategii ecoturistice europene	2		
4	Ecoturismul în statele africane	2		
5	Ecoturismul în România. Amenajarea și echiparea așezărilor rurale pentru turism în România	2		
6	Evaluare finală	2		

Bibliografie

1. Câdea Mihaela, Simon Tamara, Bogan Elena, 2012, *Patrimoniul turistic al României*, Editura Universitară, București.
2. **Miu Florentina, Simoni Smaranda, 2012, *Ecoturism și turism rural*, Editura Universității din Pitești, Pitești**
3. **Miu Florentina, Simoni Smaranda, 2010, *Ecoturism și turism rural – manual universitar pentru învățământ frecvență redusă*, Editura Universității din Pitești, Pitești.**
4. Nistoreanu P., 2006, *Ecoturism și turism rural*, Editura ASE, București.
5. Nistoreanu P., Ghereș Mihaela, 2010, *Turism rural: tratat*, Editura C.H.Beck, București.
6. *** *International Tourism Overview. A Special Report from World Tourism Organization.*
7. *** *Tourism Market Trends*, 2015, UNWTO.
8. *** *Yearbook of Tourism Statistics*, 2015, UNWTO.
9. www.insse.ro, **Anuarul Statistic al României 2015**
10. www.mdr.ro, **Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026**
11. www.ecotourism.org

97. 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 economic
- Întâlniri periodice cu angajatorii în scopul corelării conținutului disciplinei și metodelor de predare cu așteptările acestora

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

98. 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;	30%
		Evaluare finală	10%
10.5 Seminar	-participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz și a aplicațiilor practice; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea proiectelor.	Evaluarea răspunsurilor și intervențiilor studentului în activitățile de seminar	30%
		Evaluarea prezentării proiectelor	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. 4. Nota 5 la evaluarea finală		

Data completării
15 septembrie 2016

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

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Loredana Tuță

Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2016

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

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