

FIȘA DISCIPLINEI

Conducerea afacerilor în comerț, turism și servicii de ospitalitate, 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	Masterat
1.6	Programul de studiu / calificarea	Administrarea Afacerilor în Comerț, Turism și Servicii de Ospitalitate

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Conducerea afacerilor în comerț, turism și servicii de ospitalitate									
2.2	Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Micu Cristina									
2.3	Titularul activităților de seminar / laborator	Lect. univ. dr. Micu Cristina									
2.4	Anul de studii	II	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 / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutorat								6
Examinări								2
Alte activități								4
3.7	Total ore studiu individual			108				
3.8	Total ore pe semestru			150				
3.9	Număr de credite			6				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Politici și strategii organizaționale în contextul dezvoltării durabile, Strategii de management în comerț, turism și servicii de ospitalitate
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 laboratorului	Dotarea clasică a sălii de seminar

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	<p>C.1. Coordonarea activităților de relații cu clienții firmei și acordarea de consultanță specializată în domeniul turismului.</p> <p>C.2. Elaborarea de portofolii strategice antreprenoriale optime funcționării și dezvoltării unității turistice/hoteliere.</p> <p>C.3. Elaborarea strategiilor de dezvoltare a afacerilor în turism.</p> <p>C.4. Planificarea, organizarea, coordonarea și controlul activității turistice.</p> <p>C.5. Analiza integrată a informațiilor economice și utilizarea lor în luarea deciziilor de afaceri din cadrul organizațiilor.</p> <p>C.6. Utilizarea tehnologiei informației în managementul unității turistice/hoteliere.</p>
Competențe transversale	<p>CT1. Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini/obiective complexe de la locul de muncă.</p> <p>CT2. Planificarea și organizarea resurselor umane în cadrul unui grup sau a unei organizații, în condiții de conștientizare a responsabilității pentru rezultatele profesionale.</p> <p>CT3. Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în cariera și adaptare a propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic.</p>

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Acest curs se adresează masteranzilor, specialiștilor din economia reală, respectiv celor care au optat pentru perspectiva pragmatică asupra a ceea ce numim conducere (management). Cunoștințele în afaceri sunt „ceva” predominant imaterial, abstract, de tip expertiză, copyright, proceduri, cutume, trucuri, reguli și orice altceva ce posedă toți salariații, începând cu funcționarul obișnuit, și până la șeful executiv. Metodele de învățare propuse de curs sunt: discuții, proiecte, studii de caz.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte cu privire la conducerea afacerilor; 2. Descrierea conceptelor, teoriilor și metodologiilor de culegere, prelucrare și analiză a datelor ce privesc afacerile în turism ; 3. Descrierea, definirea și caracterizarea strategiilor ce pot fi implementate în activitatea organizațiilor din industria ospitalității 4. Aplicarea unor acțiuni strategice și tactice în activitatea organizației în conformitate cu politica de bază a acesteia. 5. Capacitatea de a iniția, derula și finaliza eficient afacerile în turism și în industria ospitalității; <p>B. Obiective procedurale</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. analiza, înțelegerea și selectarea principiilor și a regulilor de conducere a unei afaceri în comerț, turism sau în industria ospitalității; 2. evaluarea critică a rezultatelor unor noi cercetări în domeniul afacerilor din turism/industria ospitalității; 3. Proiectarea și propunerea unor îmbunătățiri ale strategiilor de dezvoltare a afacerilor în organizațiile din industria ospitalității. <p>C. Obiective atitudinale</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în domeniul conducerii afacerilor în comerț, turism, servicii.. 2. Capacitatea de a avea un comportament etic în fața turiștilor, consumatorilor de turism, partenerilor de afaceri, angajaților.
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

8. Conținuturi

8.1.		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite	
1	Conceptul de strategie – importanta, obiective și tipologie	2			
2	Sectorul terțiar și strategiile de dezvoltare macroeconomică	2			
3	Antreprenoriatul – o nouă strategie și politică de dezvoltare economică mondială	2	▪ prelegerea	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> - Prezentări în power-point - Studii de caz	
4	Administrarea micilor afaceri în comerț, turism și servicii de ospitalitate	2	▪ conversația euristică		
5	Inovarea comercială și dezvoltarea sistemelor medii și mari de distribuție	2	▪ exemplificare a		
6	Aplicarea activităților inovative de RSC în cadrul firmelor de turism	2	▪ organizatorul grafic		
7	Specificul tranzacțiilor internaționale în comerț, turism și servicii de ospitalitate (CTS)	2	▪ exercițiul		
8	Capacitatea de internaționalizare și specializare a CTS	2	▪ exercițiul		
9	Instrumente de politică comercială aplicabile tranzacțiilor internaționale din CTS	2	dezbateră cu oponent imaginar		
10	Parteneriatele Fair Trade dintre investitorii din turism și industria ospitalității și comunitățile locale	4			
11	Acordurile internaționale la nivel sectorial și indicatorii lor	2			
12	Evaluarea afacerii în franciză	4			
Bibliografie <ol style="list-style-type: none"> 1. Anghelache, Constantin, <i>România 2010, Starea economică sub impactul crizei</i>, Editura Economică, București, 2010. 2. Buruiană, Gianina, <i>Politici macroeconomice în turism</i>, Editura Uranus, București, 2008. 3. Cristoreanu, Cristiana, <i>Strategii și tranzacții în turismul internațional</i>, Editura C.H. Beck, București, 2006. 4. Cole, S., Morgan, N., <i>Tourism and inequality: Problems and prospects</i>, 2010 5. Stănculescu, Gabriela, Androniceanu Armenia, <i>Sisteme de administrație publică europeană</i>, Editura Uranus, București, 2006. 6. Stănculescu, Gabriela, <i>Dicționar de termeni utilizați în sectorul terțiar</i>, Editura ASE, București, 2009. 7. Stănculescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație</i>, Editura C.H. Beck, București, 2012. 8. Timothy Lee, Stănculescu, Gabriela, <i>Special interest tourism for community benefits</i>, Editura ASE , București, 2011. 9. Țuclea, Claudia, <i>Management strategic</i>, Editura Uranus, București, 2003. 10. www.europa.eu 11. www.world-tourism.org 12. www.wtfc.org 13. http://www.greenhotels.com/ 14. http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/eu-ecolabel-forbusinesses.html 					

8.2. Aplicații: Seminar / Laborator / Teme de casă		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Diagnosticul strategic al întreprinderii din sectorul terțiar	2		
2	Comerțul internațional cu servicii	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dialogul ▪ Lucrul în grup ▪ Exercițiul ▪ Conversația euristică ▪ dezbateră cu oponent imaginar 	<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
3	Tranzacții internaționale cu servicii turistice	2		
4	Antreprenoriat în domeniul turismului și catering-ului	2		
5	Administarea micilor și marilor afaceri în industria ospitalității	2		
6	Beneficii echitabile pentru stakeholderii locali	2		
7	Inovarea comercială și dezvoltarea sistemelor medii și mari de distribuție	2		
Bibliografie <ol style="list-style-type: none"> 1. Cristureanu, Cristiana, <i>Strategii și tranzacții în turismul internațional</i>, Editura C.H. Beck, București, 2006. 2. Neacșu, Nicolae, Neacșu, Monica, Drăghilă, Marcela, Băltărețu Andreea, <i>Resurse și destinații turistice interne și internaționale</i>, Editura Universitară, București, 2011. 3. Stănculescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație</i>, Editura C.H. Beck, București, 2012. 4. Țuclea, Claudia, Raicu, Roxana Elena, <i>Management strategic în turism-servicii</i>, Exerciții. Studii de caz, Editura Uranus, București, 2007 5. www.europa.eu 6. www.world-tourism.org 7. www.wttc.org 8. http://www.trendhunter.com/slideshow/tourism 				

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

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

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. 	Examen scris: - calitatea și coerența tratării subiectelor	50 %
10.5 Seminar / Laborator / Tema de casă	-participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz;	Evaluarea răspunsurilor și intervențiilor studentului în activitățile de seminar	20%
	- gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea proiectelor.	Evaluarea prezentării proiectelor	30%
10.6 Standard minim de performanță	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitatea de a utiliza metode și tehnici specifice administrării afacerilor în comerț, turism și servicii de ospitalitate - Cunoașterea caracteristicilor tranzacțiilor internaționale în comerț, turism și servicii de ospitalitate - Nota 5 la evaluarea finală 		

Data completării
25 septembrie 2016

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

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

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
Strategii și politici comerciale în turism și industria ospitalității
2016-2017

....

11. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea afacerilor
1.5	Ciclul de studii	master
1.6	Programul de studiu / calificarea	Administrarea Afacerilor în Comerț, Turism și Industria Ospitalității

12. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Strategii și politici comerciale în turism și industria ospitalității									
2.2	Titularul activităților de curs	prof.univ.dr. Mihaela Diaconu									
2.3	Titularul activităților de seminar / laborator	prof.univ.dr. Mihaela Diaconu									
2.4	Anul de studii	II	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								
Examinări								10
Alte activități								
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 marketing, management și turism
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 videoprojector
5.2	De desfășurare a laboratorului	Nu este cazul

16. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C1. Analiza integrată a informațiilor economice și utilizarea lor în luarea deciziilor de afaceri din cadrul organizațiilor din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității
	C.2. Elaborarea strategiilor de dezvoltare a afacerilor în comerț, turism și industria ospitalității și acordarea de consultanță specializată în domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității
	C.3.Elaborarea de portofolii strategice antreprenoriale optime funcționării și dezvoltării unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității
	C.4. Fundamentarea proceselor de comunicare în interiorul și exteriorul unității din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității în context multicultural
	C.5. Proiectarea și conducerea sistemelor de management al calității, de mediu și siguranța alimentelor în cadrul firmelor din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității
	C.6. Utilizarea tehnologiei informației în managementul unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității
Competențe transversale	CT1. Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini/obiective complexe de la locul de muncă.
	CT2. Planificarea și organizarea resurselor umane în cadrul unui grup sau a unei organizații, în condiții de constientizare a responsabilității pentru rezultatele profesionale
	CT3. Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în cariera și adaptare a

	propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic
--	---------------------------------------------------------------------------------

17. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu domeniul planificării strategice de marketing implementată în organizațiile turistice
7.2 Obiectivele specifice	<p><u>A. Obiective cognitive</u></p> <p>6. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte de planificare strategică de marketing</p> <p>7. Operarea cu conceptele fundamentale ale planificării de marketing în turism ;</p> <p>8. Explicarea și interpretarea diferitelor metode și tehnici de analiză strategică de marketing</p> <p>9. Definirea corectă a obiectului de studiu al strategiilor și politicilor comerciale în turism și industria ospitalității și corelarea cu celelalte discipline;</p> <p><u>B. Obiective procedurale</u></p> <p>4. Corelarea unor experiențe practice cu unele teorii și modele privind planificarea strategică de marketing în unități turistice</p> <p>5. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor referitoare la planificarea strategică;</p> <p>6. Folosirea teoriilor și instrumentelor referitoare la planificarea strategică pentru întocmirea unui plan de marketing strategic în turism.</p>

18. Conținuturi

8.1. Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	2 ore	prelegerea dezbateri exercițiul	Prezentări in power- point
2	2 ore		
3.	2 ore		
4.	4 ore		
5.	2 ore		
6.	2 ore		
7.	2 ore		
8.	2 ore		
9.	2 ore		
10	2 ore		
11	2 ore		
12	4 ore		

Bibliografie

1. Băcanu Bogdan- *Management strategic în turism*, Editura Polirom, Iași, 2009
2. Balaure V, Cătoi I, Vegheș C- *Marketing turistic*, Editura Uranus, 2005
3. Cristureanu Cristiana- *Strategii și tranzacții în turismul internațional*, Ed. C.H.Beck, București, 2006
4. M. Diaconu- *Strategii și politici comerciale în turism și industria ospitalității*, Editura Universității din Pitești, e-ISBN: 978-606-560-446-9, 2015
5. Florea Nicoleta Valentina- *Planul de marketing, ghid practic*, Editura C.H.Beck, 2014
6. Frochot Isabelle, Legohérel Patrick- *Marketing in turism*, Dunod, Paris, 2010

<p>7. Garrette B,Dussauge P, Durand R- <i>Strategor</i>, Dunod, Paris, 2009</p> <p>8. Ionică Maria (coord), Petrescu Eva Cristina, Popescu Delia- <i>Strategii de dezvoltarea a sectorului terțiar</i>, Editura Uranus, București, 2004</p> <p>9. Lianu Costin- <i>Strategii de branding</i>, Editura Economică, 2010</p> <p>10. Lupu N- <i>Hotelul, economie și management</i>- ediția a IVa, Editura C.H.Beck,2010</p> <p>11. McDonald Malcolm- <i>Planificarea de marketing prin exemple</i>,Editura C.H.Beck, 2010</p> <p>12. Pânzaru Florina- <i>Manual de marketing, principii clasice și practici actuale eficiente</i>, Editura C.H.Beck, 2009</p> <p>13. Stăncioiu A. F. (coord)- <i>Planificarea de marketing în turism</i>, Editura Economică, 2005</p> <p>14. Stănciulescu Gabriela,Micu Cristina- <i>Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație</i>, Editura C.H.Beck, 2012</p> <p>15. Tanțău A. D.- <i>Managementul strategic, de la terorie la practică</i>, Editura C.H.Beck,2011</p>				
8.2. Aplicații: Seminar / Laborator / Teme de casă		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, conținutul temei aplicative cu titlul Elementele determinante ale strategiei de marketing ale agenției de turism/ unitate de primire/unitate de transport turistic	2 ore		
2	Etapa I. Stabilirea scopului propus : - Definierea misiunii organizației (coordonatele culturii organizaționale) - Definierea obiectivelor urmărite(2 ore)			
3	Etapa a II a Evaluarea situației existente Auditul de marketing al organizației Analiza S.W.O.T. .Formularea obiectivelor(4 ore)			
4	Formularea strategiei - .Stabilirea obiectivelor și strategiilor de marketing - .Produsul turistic și politica de produs turistic - analiza portofoliului de produse/unități strategice de afaceri și gestionarea acestuia - segmentarea pieței și identificarea segmentelor de consumatori cărora se adresează organizația cu produsele sale - tangibilizarea produsului turistic/unității strategice de afaceri - politica de produs turistic (4 ore)		conversații a euristică	
5	Prețul și strategii în politica de preț - modalități de fundamentare a prețurilor și tarifelor - strategii de prețuri și tarife (2 ore)		lucrul în grup.	Studii de caz
6	Distribuția și strategii în politica de distribuție a produselor turistice • decizii privind proiectarea sistemului de distribuție • administrarea canalelor de distribuție • strategii de distribuție tipuri de contracte ce stau la baza distribuției produselor turistice (2 ore)		exercițiul	
7	Procesul de comunicare și promovare- strategii in politica de comunicare promoțională - comunicarea comercială și comunicarea corporativă - comunicarea internă și externă - comunicarea promoțională și comunicarea continuă - mixul promoțional: publicitatea, relațiile publice, promovarea vânzărilor, marketingul direct, promovarea personală - strategii promoționale (2 ore)			
8.	Poziționarea organizației sau a produsului/unității strategice de afaceri Diferențierea organizației Estimarea rezultatelor previzionate Identificarea programelor și a mixurilor alternative(2 ore)			
9	Alocarea și urmărirea resurselor Bugetul de marketing Primul an de implementare Evaluarea și revizuirea rezultatelor.(2 ore)			
10	Program de marketing. (4 ore)			
<p>Bibliografie</p> <p>9. M. Diaconu- <i>Strategii și politici comerciale în turism și industria ospitalității</i>, Editura Universității din Pitești, e-ISBN: 978-606-560-446-9, 2015..</p> <p>2.McDonald Malcolm- <i>Planificarea de marketing prin exemple</i>,Editura C.H.Beck, 2010</p>				

19. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori din domeniul aferent programului
 întâlniri cu angajatorii, vizite în firme de profil, workshop-uri tematice cu participanți din mediul economic

20. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și modelelor de planificarea strategică de marketing	examen oral: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	competențele procedurale și atitudinale	analiza lucrării individuale și participarea la dezbateri	50%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea și folosirea limbajului fundamental al disciplinei		

Data completării
 ___septembrie___

Titular de curs,
 prof dr Mihaela Diaconu

Titular de seminar / laborator,
 prof dr Mihaela Diaconu

.....

Data aprobării în Consiliul departamentului,
 ___septembrie___

Director de departament,
 (prestator)

Director de departament,
 (beneficiar),

.....

.....

FIȘA DISCIPLINEI

Managementul proiectelor pentru afaceri în comerț, turism și servicii de ospitalitate, 2016-2017

21. 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	Master
1.6	Programul de studiu / calificarea	Administrarea Afacerilor în Comerț, Turism și Servicii de Ospitalitate

22. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei		Managementul proiectelor pentru afaceri în comerț, turism și servicii de ospitalitate								
2.2	Titularul activităților de curs		Conf.univ.dr. Brutu Mădălina								
2.3	Titularul activităților de proiect		Lect. univ.dr. Popescu Emilia								
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	I	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	O

23. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	P	2
3.4	Total ore din planul de inv.	56	3.5	din care curs	28	3.6	P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								Ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								18
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități								2
3.7	Total ore studiu individual				94			
3.8	Total ore pe semestru				150			
3.9	Număr de credite				6			

24. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de management, tehnici și instrumente de planificare și dezvoltare a afacerii, politici și strategii organizaționale în contextul dezvoltării durabile
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

25. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu video-proiector
5.2	De desfășurare a proiectului	- Dotarea corespunzătoare a sălii unde se va desfășura proiectul - Susținerea testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

26. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • C.1. Analiza integrată a informațiilor economice și utilizarea lor în luarea deciziilor de afaceri din cadrul organizațiilor din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității • C.2. Utilizarea proceselor de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare în activitatea unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității • C.3. Fundamentarea proceselor de comunicare în interiorul și exteriorul unității din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității, în context multicultural • C.4. Elaborarea de portofolii strategice antreprenoriale optime funcționării și dezvoltării unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității • C.5. Elaborarea strategiilor de dezvoltare a afacerilor în comerț, turism și industria ospitalității și acordarea de consultanță specializată în domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității • C.6. Utilizarea tehnologiei informației în managementul unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • CT1. Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini/obiective complexe de la locul de muncă. • CT2. Planificarea și organizarea resurselor umane în cadrul unui grup sau a unei organizații, în condiții de conștientizare a responsabilității pentru rezultatele profesionale. • CT3. Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic.

27. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Însușirea de către masteranzi a unui bagaj de cunoștințe teoretice și practice specifice managementului proiectelor și formarea abilităților necesare pentru elaborarea, gestionarea, urmărirea și evaluarea proiectelor, identificarea, precum și în controlul riscului asociat fiecărui proiect.
7.2 Obiectivele specifice	<p>A. Obiective cognitive</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte de bază, a componentelor managementului proiectelor și a caracteristicilor fiecăreia; 2. Cunoașterea, interpretarea și analiza tuturor etapelor ciclului de viață ale unui proiect, precum și a activităților specifice fiecărei etape; 3. Operarea cu metode ADS, CMP și PERT în stabilirea timpului de realizare a proiectelor; 4. Explicarea și interpretarea problematicii de bază a managementului proiectelor din perspectivă sistemică; 5. Înțelegerea rolului managerului de proiect în coordonarea proiectelor; <p>B. Obiective procedurale</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Formarea abilităților necesare pentru inițierea proiectului (identificarea oportunității și fezabilității proiectului); 2. Capacitatea de a folosi tehnicile, metodele și instrumentele specifice managementului proiectelor; 3. Acumularea unor abilități în elaborarea, gestionarea, urmărirea și evaluarea proiectelor; 4. Formarea unor abilități în explicarea și interpretarea problematicii în domeniul abordării sistemice a programelor și a proceselor din cadrul unui proiect; 5. Prezentarea și însușirea de către studenți a principalelor modalități de implementare a managementului prin proiect și de optimizare a costurilor în concordanță cu obiectivele proiectelor; 6. Identificarea și controlul riscului asociat fiecărui proiect, în contextul managementului proiectelor; <p>C. Obiective atitudinale</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitatea de a lucra în echipe; 2. Respectarea normelor de deontologie profesională fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în științele economice.

28. Conținuturi

8.1. Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	2		
2	2		
3.	6		
4.	2	- prelegerea - dezbateră cu oponent imaginar	Prezentarea în power –point
5.	2		
6.	2	- organizatorul grafic	
7.	2		
8.	10		
<p>Bibliografie</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cruțeru A. (coordonator), Zirra D, Munteanu A., <i>Managementul proiectelor-suport de curs</i>, Editura Universitară, București 2012, 2. Brutu M., <i>Managementul proiectelor pentru afaceri în comerț, turism și servicii de ospitalitate</i>, curs suport electronic, 2016 3. Drăghici, C. – <i>Instrumente de planificare și dezvoltare a întreprinderii</i>, ediția a II-a, Editura Sitech, Craiova, 2009 4. Grigorescu, A. – <i>Practica managementului proiectelor</i>, Editura Uranus, București, 2008 5. Hulea M., <i>Managementul proiectelor</i>, Editura UTCN, Cluj, 2011 6. Opran, C., Stan, S.– <i>Managementul proiectelor</i>, Editura Comunicare.ro, București, 2008 7. Oprea D, Meșniță G, Popescu D., <i>Managementul proiectelor europene-suport de curs</i>, Universitatea Alexandru Ioan Cuza, Iași, 2011 			

8.2. Aplicații: Proiect		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 distribuția temelor	1	- dialogul - dezbateri lucru în echipa - conversația euristică	Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului, Studii de caz, Fascicule din lucrarea practică
2	Managementul ciclului proiectului ▪ Fazele ciclului proiectului ▪ Principii cheie ale managementului ciclului proiectului ▪ Structura proiectului și documentele programului ▪ Programele sectoriale	4		
3	Cadrul logic ▪ Cadrul logic, concept și caracteristici ▪ Limitele matricei cadrului logic ▪ Abordarea cadrului logic ▪ Etapa de analiză (Analiza deținătorilor de interese; Analiza problemelor; Analiza obiectivelor; Analiza strategiilor) ▪ Etapa de planificare (Alcătuirea matricei cadrului logic; Logica intervenției; Indicatorii verificabili în mod obiectiv; Surse de verificare; Ipoteze; Logica intervenției; Evaluarea ipotezelor)	4		
4	Factorii de calitate ▪ Factorii de calitate, concept și caracteristici ▪ Planificarea în cadrul proiectului pentru a obține calitate	4		
5	Analiza condițiilor generale din ghidul solicitantului: Informații generale și documente de referință	2		
6	Analiza condițiilor generale din ghidul solicitantului : Informații necesare pentru solicitarea unei finanțări nerambursabile	2		
7	Analiza condițiilor generale din ghidul solicitantului: Cererea de finanțare	4		
8	Analiza condițiilor generale din ghidul solicitantului: Evaluarea și selecția proiectelor	2		
9	Analiza condițiilor generale din ghidul solicitantului: Contractul de finanțare	2		
Bibliografie <ol style="list-style-type: none"> 1. Cruceru A. (coordonator), Zirra D, Munteanu A., <i>Managementul proiectelor-suport de curs</i>, Editura Universitară, București 2012, 2. Brutu M., <i>Managementul proiectelor pentru afaceri în comerț, turism și servicii de ospitalitate</i>, curs suport electronic, 2016 3. Drăghici, C. – <i>Instrumente de planificare și dezvoltare a întreprinderii</i>, ediția a II-a, Editura Sitech, Craiova, 2009 4. Grigorescu, A. – <i>Practica managementului proiectelor</i>, Editura Uranus, București, 2008 5. Hulea M., <i>Managementul proiectelor</i>, Editura UTCN, Cluj, 2011 6. Opran, C., Stan, S.– <i>Managementul proiectelor</i>, Editura Comunicare.ro, București, 2008 7. Oprea D, Meșniță G, Popescu D., <i>Managementul proiectelor europene-suport de curs</i>, Universitatea Alexandru Ioan Cuza, Iași, 2011 				

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

- Însușirea corectă a conceptelor specifice Managementului proiectelor pentru afaceri în cts
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările angajatorilor din domeniul administrării afacerilor

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

30. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare scrisă în timpul semestrului; - Evaluare finală.	30 % 10%
10.5 Proiect	-participarea activă la proiect; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea proiectului.	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog. -Prezentarea orală a proiectului; -Chestionare orală.	30% 30%

10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul managementului proiectului 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei “ Managementul proiectelor pentru afaceri în comerț, turism și servicii de ospitalitate ” 3. Nota 5 la evaluarea finală
------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Data completării
15 septembrie 2016

Titular de curs,
Conf. univ. dr. Mădălina Brutu

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Emilia Popescu

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

Strategii de dezvoltare a sectorului terțiar, 2016-2017

31. 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	Master
1.6	Programul de studiu / calificarea	Administrarea Afacerilor în Comerț, Turism și Servicii de Ospitalitate / Economist

32. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Strategii de dezvoltare a sectorului terțiar									
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	II	2.5	Semestrul	I	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	O

33. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de inv.	42	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								20
Tutorat								12
Examinări								11
Alte activități								-
3.7	Total ore studiu individual			83				
3.8	Total ore pe semestru			125				
3.9	Număr de credite			5				

34. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoștințe de la disciplinele studiate în ciclul licență: Economia Serviciilor, Economia Turismului (studiate în anul II) și de la disciplina Politici și strategii organizaționale în contextul dezvoltării durabile (studiată în anul I – ciclul master)
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

35. 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

36. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • C1: Coordonarea activităților de relații cu clienții firmei și acordarea de consultanță specializată în domeniul turismului. • C2: Fundamentarea sistemului de calitate totală în activitatea unității turistice • C3: Fundamentarea proceselor de comunicare în interiorul și exteriorul unității turistice, în context multicultural. • C4: Proiectarea și comercializarea produsului/ serviciului turistic. • C5: Analiza integrată a informațiilor economice și utilizarea lor în luarea deciziilor de afaceri din cadrul organizațiilor. • C.6: Utilizarea tehnologiei informației în managementul unității turistice.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • CT1: Aplicarea principiilor, normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini/obiective complexe de la locul de muncă • CT2: Planificarea și organizarea resurselor umane în cadrul unui grup sau a unei organizații, în condiții de conștientizare a responsabilității pentru rezultatele profesionale • CT3: Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic

37. Obiectivele disciplinei

7.1	Obiectivul general al disciplinei	Disciplina "Strategii de dezvoltare a sectorului terțiar" furnizează masteranzilor un cadru conceptual privind fundamentarea strategiei de dezvoltare a sectorului terțiar, evidențiind domeniile prioritare și obiectivele strategice pentru dezvoltarea durabilă a serviciilor în România.
7.2	Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte specifice politicilor macroeconomice din sectorul terțiar.

	<p>2. Descrierea conceptelor, teoriilor și metodologiilor de culegere, prelucrare și analiză a datelor ce privesc strategiile de dezvoltare a sectorului terțiar.</p> <p>3. Aplicarea unor acțiuni strategice și tactice în activitatea organizației în conformitate cu politica de bază a acesteia.</p> <p>B. Obiective procedurale</p> <p>7. Fundamentarea de sisteme, capacități și strategii privind dezvoltarea durabilă a serviciilor.</p> <p>8. Elaborarea unor analize comparative pentru fundamentarea unui proiect de dezvoltare a serviciilor.</p> <p>3. Aplicarea politicilor macroeconomice pentru diferite regiuni de dezvoltare.</p> <p>C. Obiective atitudinale</p> <p>1. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în domeniul serviciilor.</p> <p>2. Manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de rolul și importanța serviciilor în activitatea economică și socială.</p> <p>3. Capacitatea de a avea un comportament etic în fața turiștilor, partenerilor de afaceri, angajaților.</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

38. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Conținutul dezvoltării și importanța strategiilor de dezvoltare 1.1. Conceptul de dezvoltare. Evoluția teoriilor și modelelor de dezvoltare 1.2. Indicatori de măsurare a dezvoltării economice 1.3. Strategii de dezvoltare. Definiții, importanță, delimitări	6		
2	Fundamentarea strategiilor de dezvoltare a sectorului terțiar 2.1. Mediul politico-legal 2.2. Mediul economic 2.3. Mediul socio-cultural 2.4. Mediul tehnologic	4		
3.	Serviciile și strategiile de dezvoltare 3.1. Serviciile – o componentă majoră a economiilor moderne 3.2. Analiza evoluției sectorului terțiar în România 3.3. Importanța serviciilor și obiective strategice pentru dezvoltarea sectorului terțiar în România	4		
4.	Strategiile de dezvoltare locală (regională) și impactul lor asupra serviciilor 4.1. Obiective ale strategiilor și tipuri specifice ale programelor de dezvoltare economică locală 4.2. Reguli generale privind elaborarea strategiilor regionale 4.3. Dezvoltarea economică regională a României	6	- prelegerea - dezbateră cu oponent - organizatorul - grafic	<i>Prezentarea în power –point</i>
5.	Strategii ale dezvoltării turismului 5.1. Analiza diagnostic a dezvoltării turismului în România 5.2. Strategii de dezvoltare a turismului în România	4		
6.	Strategii de marketing în servicii 6.1. Strategia de piață 6.2. Strategii specifice mix-ului de marketing 6.3. Planificarea strategică de marketing	4		
Bibliografie				
<p>1. Anghelache, Constantin, <i>România 2010, Starea economică sub impactul crizei</i>, Editura Economică, București, 2010.</p> <p>2. Anghelache, Matei Lucica, <i>Dezvoltarea locală. Concepte și mecanisme</i>, Editura Economica, București, 2009.</p> <p>3. Bâc Dorin Paul, <i>Turismul și dezvoltarea durabilă: realități, provocări, oportunități</i>, Editura Economică, București, 2013</p> <p>4. Bobîrcă Ana, <i>Serviciile în economia dematerializată. De la model de dezvoltare la strategii de firmă</i>, Editura Economica, București, 2011.</p> <p>5. Cojocariu Steliana, <i>Strategii în turism și servicii</i>, Editura Universitară, București, 2010</p> <p>6. Dincă Dragoș Valentin, <i>Serviciile publice locale din România. Evoluție și reforme</i>, Editura C.H.Beck, București, 2013.</p> <p>7. Ioncică Maria (coord.), Petrescu Eva Cristina, Popescu Delia, <i>Strategii de dezvoltare a sectorului terțiar</i>, Editura Uranus, București, 2004.</p> <p>8. Ioncică Maria, <i>Services specialization (a possible index) and its connection with competitiveness. The case of Romania</i>, The Service Industries Journal, 2010, Marea Britanie.</p> <p>9. Tanțău Adrian Dumitru, <i>Managementul strategic. De la teorie la practică. Ediția a III-a</i>, Editura C.H.Beck, București, 2011</p>				

10. www.europa.eu
11. www.gdrc.org
12. www.wto.org

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate și a proiectului.	2	- dialogul - dezbateri lucru în echipa - conversația euristică	Studiu de caz, aplicații practice, prezentare proiect.
2	Calcularea și interpretarea economică a indicelui dezvoltării umane.	2		
3	Corelația între gradul de dezvoltare economică pe regiuni.	2		
4	Calcularea și interpretarea economică a indicatorilor privind specializarea și competitivitatea serviciilor.	2		
5	Calcularea și interpretarea economică a indicatorilor economico-financiari pentru fundamentarea unui proiect de dezvoltare a serviciilor.	2		
6	Prezentarea și dezbateri proiectelor elaborate în echipă de 2-3 studenți.	2		
7	Evaluare finală	2		

Bibliografie

1. Bran Florina, *Managementul dezvoltării durabile la nivel regional*, Editura Infomarket, Brașov, 2005
2. Cojocariu Steliana, *Strategii în turism și servicii*, Editura Universitară, București, 2010
3. Ionică Maria (coord.), Petrescu Eva Cristina, Popescu Delia, *Strategii de dezvoltare a sectorului terțiar*, Editura Uranus, București, 2004.
4. Țuclea Claudia Elena, Raicu Roxana Elena, *Management strategic în turism-servicii, Exerciții și studii de caz*, Editura Uranus, București, 2007.
5. World Bank, *Human Development Report*
6. www.europa.eu
7. www.insse.ro/cms/rw/pages/index.ro.do
8. www.gdrc.org
9. www.wto.org

39. 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.

40. 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 masterandului în activitățile de seminar	30%
		Evaluarea prezentării proiectelor	30%
10.6 Standard minim de performanță	1. Cunoașterea modalităților de evaluare a politicilor de dezvoltare economică locală. 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Strategii de dezvoltare a sectorului terțiar" 3. Capacitatea de a utiliza metode și tehnici în cercetarea activității turistice. 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

Strategii și politici de resurse umane în comerț, turism și servicii de ospitalitate anul universitar: 2016 - 2017

41. 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	Master
1.6	Programul de studiu / calificarea	Administrarea Afacerilor/ Economist

42. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Strategii și politici de resurse umane în comerț, turism și servicii de ospitalitate									
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	II	2.5	Semestrul	II	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

43. 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								22
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								15
Tutorat								6
Examinări								4
Alte activități								2
3.7	Total ore studiu individual			69				
3.8	Total ore pe semestru			150				
3.9	Număr de credite			6				

44. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

45. 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

46. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C1 Descrierea și compararea principalelor metode calitative și cantitative de cercetare în domeniul afacerilor; C2 Recunoașterea și selectarea metodelor de cercetare în vederea utilizării lor adecvate în proiecte profesionale; C3 Aplicarea metodelor și tehnicilor avansate de cercetare în domeniul afacerilor; C4 Evaluarea critică a rezultatelor cercetărilor aplicative pentru o corectă fundamentare a deciziei obiectivelor pentru noi proiecte profesionale; C5 Dezvoltarea unor proiecte inovative de cercetare a mediului de afaceri prin combinarea metodelor calitative și cantitative de cercetare.
Competențe transversale	CT1 Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini / obiective complexe la locul de muncă; CT2 Planificarea și organizarea resurselor umane în cadrul unui grup sau a unei organizații, în condiții de conștientizare a responsabilității pentru rezultatele profesionale; CT3 Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic.

47. 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 resursă umană a acesteia.
7.2	Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 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;

	<p>3. Conștientizarea beneficiilor pe care le asigură aplicarea managementului resurselor umane în orice domeniu de activitate;</p> <p>4. Abilitatea de a concepe strategii în domeniul resurselor umane;</p> <p>5. Cunoașterea metodelor folosite în managementul resurselor umane cu privire la recrutare, selecție, motivare, evaluarea salariaților;</p> <p>6. Înțelegerea principiilor generale care direcționează activitatea de management resurselor umane;</p> <p>7. Capacitatea de a coordona evoluția în carieră a membrilor echipei.</p> <p><u>B. Obiective procedurale</u></p> <p>1. Utilizarea adecvată a noțiunilor specifice managementului resurselor umane;</p> <p>2. Participarea la un interviu de recrutare-selecție simulat;</p> <p>3. Participarea la identificarea unor soluții în cazul apariției conflictului organizațional;</p> <p>4. Utilizarea metodelor specifice de stabilire a necesarului de personal din cadrul organizației;</p> <p>5. Utilizarea instrumentelor de stabilire a stilului managerial.</p> <p><u>C. Obiective atitudinale</u></p> <p>1. Manifestarea unor atitudini pozitive și responsabile față de domeniul managementului resurselor umane;</p> <p>2. Cultivarea unui mediu pragmatic pentru aplicarea managementului resurselor umane;</p> <p>3. Promovarea unui sistem performant de evaluare a personalului;</p> <p>4. Valorificarea optimă și creativă a potențialului resurselor umane angajate în cadrul organizației;</p> <p>5. Implicarea în dezvoltarea organizațională și în promovarea inovațiilor resurselor umane;</p> <p>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.</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

48. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	<p><u>TEMA NR. 1</u> <u>ASPECTE GENERALE CE TIN DE EVOLUȚIA MANAGEMENTULUI RESURSELOR UMANE</u> 1.1. Definierea resurselor umane și a managementului resurselor umane (2 ore) 1.2. Fazele dezvoltării managementului resurselor umane (2 ore)</p>	4		
2	<p><u>TEMA NR. 2</u> <u>PARTICULARITĂȚI ALE RESURSELOR UMANE ÎN ORGANIZAȚIILE DE COMERȚ, TURISM ȘI SERVICII DE OSPITALITATE</u> 2.1. Profilul psiho-socio-profesional al resursei umane din domeniul comerțului (1 oră) 2.2. Profilul psiho-socio-profesional al resursei umane din domeniul turismului (1 oră) 2.3. Profilul psiho-socio-profesional al resursei umane din domeniul serviciilor de ospitalitate (2 ore)</p>	4	<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>
3	<p><u>TEMA NR. 3</u> <u>PROCESUL DE MANAGEMENT STRATEGIC</u> 3.1. Definierea și caracteristicile managementului strategic (2 ore) 3.2. Definierea strategiei și componentele acesteia (2 ore)</p>	4		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
4	<p><u>TEMA NR. 4</u> <u>ACȚIUNI DEFINITORII ȘI NIVELE IERARHICE PE STRATEGII</u> 4.1. Acțiuni definitorii (2 ore) 4.2. Nivelul ierarhic și strategia aplicată (2 ore)</p>	4		
5	<p><u>TEMA NR. 5</u> <u>STRATEGII ȘI POLITICI ÎN DOMENIUL RESURSELOR UMANE</u></p>	4		

	5.1. Tipologia strategiilor (2 ore) 5.2. Politicile din domeniul resurselor umane (2 ore)		
6	TEMA NR. 6 STRATEGIA ORGANIZAȚIILOR MARI 6.1. Definierea organizației mari (1 oră) 6.2. Exemplificări de strategii aplicate în organizațiile mari (1 oră)	2	
7	TEMA NR. 7 ALIANȚELE STRATEGICE – CA MODALITATE DE REALIZARE A COMPETITIVITĂȚII STRATEGICE 7.1. Definierea alianței strategice (1 oră) 7.2. Modalități de realizare a alianțelor strategice (1 oră)	2	
8	TEMA NR. 8 POLITICILE DE RESURSE UMANE 8.1. Definierea politicilor de resurse umane (2 ore) 8.2. Tipologia politicilor de HR (2 ore)	4	

Bibliografie

- 1 Cole, G., A. - *Managementul personalului*, Editura CODECS, București, 2000
- 2 Cherrington, D.J. - *The Management of the Human Resource*, Allyn and Bacon, Boston, 1991
- 3 Dragomir, Gh., Vârzaru, M., Șchiopoiu – Burlea, A. - *Managementul resurselor umane*, Editura Universitaria, Craiova, 2010
- 4 Lefter, V., A. Manolescu, A., Chivu, I. și colab - *Managementul resurselor umane – studii de caz, probleme, teste*, Editura Economică, București, 1999
- 5 Luecke Richard - *Harvard Business Essentials : Coaching and Mentoring*, Boston, Massachusetts, Harvard Business Schod Press, 2004
- 6 Manolescu, A. - *Managementul resurselor umane*, Editura Tribuna Economică, București, 2003
- 7 Marin, I. - *Auditul resurselor umane*, Editura Economică, București, 2011
- 8 Marinaș, C., V., Irinel Marin, Nica, E., Bogdan, A., Lefter, V., (coord.), Deaconu, A. (coord), Aurel Manolescu (coord)
- 9 Martin Malcolm, Jackson Tricia - *Practica de personal*, Editura Codecs, București, 2008
- 10 Nica P., Iftimescu A. - *Management. Concepte și aplicații*, Ed. Sedcom, Libris, Iași, 2008
- 11 Panaite Nica, Adriana Prodan, Dan Marin Dușe, Carmen Dușe, Viorel Lefter, Simona Mălăescu, Camelia Moraru, Elena Marilena Porumb, Ramona Ștefania Puia - *Managementul resurselor umane*, București, 2011
- 12 Prodan, A., - *Managementul de succes*, Editura Polirom, Iași, 2004
- 13 Simmonds, D. - *Proiectarea și livrarea programelor de training*, Editura Codecs, 2008

14	Stoica, C	- <i>Managementul strategic al resurselor umane</i> , Editura Junimea, Iași, 2004		
15	Secară, C., G.	- <i>Managementul carierei în administrația publică din România</i> , Editura SITECH, Craiova, 2009		
16	Secară, C., G.	- <i>Tendențe și practică în domeniul managementului resurselor umane</i> , Editura Sitech, Craiova, 2013		
17	Ticu, C.	- <i>Evaluarea psihologică a personalului</i> , Ed. Polirom, 2006		
18	Vlăsceanu, M.	- <i>Psihologia organizațiilor și a conducerii</i> , Editura Paideia, București, 2004		
19	***	<i>Codul muncii, 2012</i>		
20	***	<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 distribuția 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	Teste de autocunoaștere (temperament, personalitate, abilități, competențe)	2		
3	Redactarea anunțului pentru angajare într-o organizație de servicii de ospitalitate	2		
4	Întocmirea profilului psiho-socio-profesional al angajatului într-o organizație de servicii de ospitalitate	2		
5	Simulări de interviu	4		
6	Elaborarea strategiei de personal într-o firmă de comerț nou constituită	2		
7	Elaborarea strategiei de personal într-o firmă de comerț aflată în declin	2		
8	Elaborarea politicilor de resurse umane potrivite într-o organizație de servicii de ospitalitate	4		
9	Elaborarea politicilor de resurse umane potrivite într-o firmă comerț	2		
10	Abilități manageriale și leadership	2		
11	Alcătuirea echipei manageriale top și middle	4		
Bibliografie				
1.	Armstrong, M.	- <i>Managementul resurselor umane (manual de practică)</i> , Editura Codecs, 2003		
2.	Constantin, T., Constantin, A.	- <i>Managementul resurselor umane</i> , Editura Institutului European, București, 2002		
3.	Lefter, V., și colab	- <i>Managementul resurselor umane</i> , Editura Economică, București, 2000		
4.	Prodan, A.	- <i>Managementul resurselor umane</i> , Editura Universității Al. I. Cuza, Iași, 2004		
5.	Ruckle, H.	- <i>Limbajul corpului pentru manageri</i> , Editura Tehnică, București, 2002		
6.	Stoica, C.	- <i>Managementul strategic al resurselor umane</i> , Editura Junimea, Iași, 2004		
7.	Secară, C., G.	- <i>Tendențe și practică în domeniul managementului resurselor umane</i> , Editura Sitech, Craiova, 2013		
8.	Vlăsceanu, M.	- <i>Psihologia organizațiilor și a conducerii</i> , Editura Paideia, București, 2004		

49. 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.*

50. 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 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>10%</p> <p>20%</p> <p>20%</p>
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea particularităților resurselor umane, a strategiilor și politicilor din domeniul HR .		

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
Politici în turismul mondial
2016-2017

51. 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	Masterat
1.6	Programul de studiu / calificarea	Administrarea Afacerilor în Comerț, Turism și Servicii de Ospitalitate

52. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Politici în turismul mondial									
2.2	Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Micu Cristina									
2.3	Titularul activităților de seminar / laborator	Lect. univ. dr. Micu Cristina									
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	II	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	O

53. 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								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutorat								4
Examinări								2
Alte activități								2
3.7	Total ore studiu individual			94				
3.8	Total ore pe semestru			150				
3.9	Număr de credite			6				

54. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Politici și strategii organizaționale în contextul dezvoltării durabile, Strategii de management în comerț, turism și servicii de ospitalitate
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

55. 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

56. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Coordonarea activităților de relații cu clienții firmei și acordarea de consultanță specializată în domeniul turismului. C.2. Fundamentarea sistemului de calitate totală în activitatea unității turistice. C.3. Fundamentarea proceselor de comunicare în interiorul și exteriorul unității turistice, în context multicultural. C.4. Proiectarea și comercializarea produsului/ serviciului turistic. C.5. Analiza integrată a informațiilor economice și utilizarea lor în luarea deciziilor de afaceri din cadrul organizațiilor. C.6. Utilizarea tehnologiei informației în managementul unității turistice.
Competențe transversale	CT1. Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini/obiective complexe de la locul de muncă. CT2. Planificarea și organizarea resurselor umane în cadrul unui grup sau a unei organizații, în condiții de constientizare a responsabilității pentru rezultatele profesionale. CT3. Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în cariera și adaptare a propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic.

57. Obiectivele disciplinei

7.1	Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea masteranzilor cu principalele instrumente de măsurare a impactului economic al turismului internațional, cunoașterea bazinelor de cerere și de ofertă mondială, precum și a politicilor macroeconomice aplicate în turism.
7.2	Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 10. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte specifice politicilor macroeconomice din turism; 11. Descrierea conceptelor, teoriilor și metodologiilor de culegere, prelucrare și analiză a datelor ce privesc fluxurile turistice internaționale ;

	<p>12. Analiza evoluției turismului interanțional în dinamică și structură.</p> <p>13. Aplicarea unor acțiuni strategice și tactice în activitatea organizației în conformitate cu politica de bază a acesteia.</p> <p>B. Obiective procedurale</p> <p>9. Fundamentarea de sisteme, capacități și strategii privind dezvoltarea și diversificarea mediului de afaceri în domeniul turismului mondial.</p> <p>10. Elaborarea unor studii, analize comparative cu privire la Contul Satelit al Turismului pentru diferite țări;</p> <p>11. Aplicarea politicilor macroeconomice pentru diferite destinații turistice..</p> <p>C. Obiective atitudinale</p> <p>3. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în domeniul turismului mondial.</p> <p>4. Formarea unei atitudini pozitive față de impactul turismului internațional asupra mediului socio-economic.</p> <p>5. Capacitatea de a avea un comportament etic în fața turiștilor, consumatorilor de turism, partenerilor de afaceri, angajaților.</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

58. Conținuturi

8.1.		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Considerații economice privind dezvoltarea durabilă	2	▪ prelegerea	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> - Prezentări în power-point - Studii de caz
2	Particularități și reglementări privind dezvoltarea durabilă a turismului	2	▪ conversația euristica	
3	Sistemul de indicatori ai turismului internațional	2		
4	Măsurarea impactului economic al turismului internațional	4	▪ exemplificare a	
5	Specializarea în turism și dezvoltarea economică	2		
6	Turismul durabil – concept și tipologie	2		
7	Obiective și instrumente ale politicii macroeconomice în turismul internațional	4	▪ organizatorul grafic	
8	Politici publice și etichetarea în turism	2		
9	Evoluția turismului internațional	2	▪ exercițiul	
10	Evoluția în dinamică și structură a turismului european	2		
11	Evoluția în dinamică și structură a turismului românesc	2		
12	Politici corporatiste ale lanțurilor hoteliere	2	dezbateră cu oponent imaginar	
Bibliografie <p>15. Babu, P. George, Nedelea, Alexandru, <i>International Tourism World Geography and Developmental Perspectives</i>, Abhijeet Publications, Delhi, India, 2007.</p> <p>16. Ban, Olimpia, <i>Turism internațional</i>, Universitatea din Oradea, 2008.</p> <p>17. Buj, C., <i>Paving the way to accessible tourism</i>, International Centre for Responsible Tourism, Leeds Metropolitan University, 2010</p> <p>18. Buruiană, Gianina, <i>Politici macroeconomice în turism</i>, Editura Uranus, București, 2008.</p> <p>19. Clarke, J., <i>Marketing Structures for Farm Tourism: Beyond the Individual Provider of Rural Tourism</i>. Journal of Sustainable Tourism, 2010.</p> <p>20. Cristoreanu, Cristiana, <i>Strategii și tranzacții în turismul internațional</i>, Editura C.H. Beck, București, 2006.</p> <p>21. Gruescu, Ramona Costina, <i>Turism internațional</i>, Editura Sitech, Craiova, 2007.</p> <p>22. Micu Cristina, <i>Dezvoltarea turismului durabil. Modelarea factorilor de influență</i>, Editura Uranus, București, 2013</p> <p>23. Rotariu, Ilie, <i>Dezvoltarea destinației turistice</i>, Editura Alma Mater Sibiu, 2008.</p> <p>24. Stănculescu Gabriela, Timothy Lee, <i>Tourism challenges for enlarged Europe</i>, Editura ASE, București, 2011.</p> <p>25. www.revistade turism.ro</p> <p>26. www.europa.eu</p> <p>27. www.world-tourism.org</p> <p>28. www.wttc.org</p> <p>29. http://ethics.unwto.org/en/content/accessible-tourism</p>				
8.2. Aplicații: Seminar / Laborator / Teme de casă		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Indicatori de măsurare a impactului economic al turismului internațional	2	▪ Dialogul	▪ Scurte prezentări în power-point pentru descrierea studiilor de caz și stimularea exercițiilor ▪ Studii de caz ▪ Simulări pe computer
2	Influențele globalizării asupra turismului	2	▪ Lucrul în grup	
3	Obiective și constrângeri ale politicilor turistice macroeconomice	2	▪ Exercițiul	
4	Indici ai specializării în turism pe baza avantajului comparativ.	2	▪ Conversația euristica	
5	Politica turistică a unei țări.	2		
6	Indicatori de masurare a fenomenului turistic utilizati in turismul international si recomandati de OMT. Indicatorii globali ai fluxului de turisti. Aplicatii practice.	2	▪ dezbateră cu oponent imaginar	
7	Indicatori de masurare a fenomenului turistic utilizati in turismul	2		

	internacional si recomandati de OMT. Indicatorii aistructurii de cazare			
8	Analiză compartivă Contul Satelit al Turismului pentru țări membre ale Uniunii Europene	4		
9	Evolutia circulatiei turistice pe plan international. Analiza comparativă a ierarhiilor pe destinații turistice	2		
10	Evolutia circulatiei turistice pe plan european. Analiza comparativă a ierarhiilor pe destinații turistice	2		
11	Aplicarea metodei lanțurilor Markov pentru prognoza indicatorilor ce caracterizează circulația turistică europeană.	2		
12	Eco-etichetarea in relatie cu RSC, particularitati în industria turistica	2		
13	Evaluare finală	2		
Bibliografie				
10. Buruiană, Gianina, <i>Politici macroeconomice în turism</i> , Editura Uranus, București, 2008.				
11. Cristureanu, Cristiana, <i>Strategii și tranzacții în turismul internațional</i> , Editura C.H. Beck, București, 2006.				
12. Gruescu, Ramona Costina, <i>Turism internațional</i> , Editura Sitech, Craiova, 2007.				
13. Micu Cristina, <i>Dezvoltarea turismului durabil. Modelarea factorilor de influență</i> , Editura Uranus, București, 2013				
14. Neacșu, Nicolae, Neacșu, Monica, Drăghilă, Marcela, Băltărețu Andreea, <i>Resurse și destinații turistice interne și internaționale</i> , Editura Universitară, București, 2011.				
15. *** Fair Tourism – Manual pentru cursul de Training, 2016.				
16. www.europa.eu				
17. www.world-tourism.org				
18. www.wttc.org				
19. http://www.etc-corporate.org/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=168&ac=9				
20. http://www.apec-tourism.org/tin.php				

59. 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 comerțului și turismului.
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniul Administrarea Afacerilor

60. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluare scrisă în timpul semestrului; Evaluare finală	30% 10%
10.5 Seminar / Laborator / Tema de casă	-implicarea în rezolvarea celor 2 studii de caz; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea proiectelor.	Evaluarea răspunsurilor și intervențiilor studentului Evaluarea prezentării proiectelor	20% 40%
10.6 Standard minim de performanță	1. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Politici în turismul mondial". 2. Participarea efectivă la cel puțin un studiu de caz lucrat în echipă. 3. Nota 5 la evaluarea finală.		

Data completării
25 septembrie 2016

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

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

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

Turism durabil, ecoturism și ecoetichetare în turism, 2016-2017

61. 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	Master
1.6	Programul de studiu / calificarea	Administrarea Afacerilor în Comerț, Turism și Servicii de Ospitalitate / Economist

62. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Turism durabil, ecoturism și ecoetichetare în turism									
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	II	2.5	Semestrul	II	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

63. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de inv.	42	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								24
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								16
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								20
Tutorat								12
Examinări								11
Alte activități								-
3.7	Total ore studiu individual			83				
3.8	Total ore pe semestru			125				
3.9	Număr de credite			5				

64. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

65. 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

66. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • C1: Culegerea, prelucrarea și analiza datelor economice necesare administrării afacerilor • C2: Cercetarea mediului de afaceri pentru fundamentarea deciziei de afaceri • C3: Negocierea clauzelor contractuale și gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii • C4: Implementarea strategiilor de dezvoltare a afacerilor în organizațiile din industria ospitalității • C5: Asistență în managementul resurselor umane ale organizației • C.6: Implementarea sistemelor de management al calității , de mediu și siguranța alimentelor în cadrul firmelor din industria ospitalității
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • CT1: Aplicarea principiilor, normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini/obiective complexe de la locul de muncă • CT2: Planificarea și organizarea resurselor umane în cadrul unui grup sau a unei organizații, în condiții de conștientizare a responsabilității pentru rezultatele profesionale • CT3: Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic

67. Obiectivele disciplinei

7.1	Obiectivul general al disciplinei	Disciplina Turism Durabil, Ecoturism și Ecoetichetare în Turism are menirea de a transmite studenților necesitatea și actualitatea dezvoltării unui turism durabil; ecoturismul ca principală formă de manifestare a turismului durabil; piața ecoturistică și tendințele acesteia; politica de protecție a mediului în industria ospitalității; managementul ecoturistic și marketingul ecoturistic; instrumentele și tehnicile de gestiune a ariilor protejate; programele de ecocertificare în turism și ecoetichetarea în turism ca modalități de obținere a avantajului competitiv în contextul exploatării durabile a resurselor turistice.
7.2	Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive

	<ol style="list-style-type: none"> 4. Înțelegerea rolului resurselor turistice și valorificării lor eficiente și raționale în economie prin turism durabil și ecoturism. 5. Analiza ecoturismului prin prisma complexității potențialului turistic și a fenomenelor social-economice condiționate de valorificarea acestuia. 6. Deprinderea studenților cu metodele și instrumentele de analiză specifice (indicatori ecoturistici). 7. Deprinderea studenților cu etapele de elaborare și realizare a noilor proiecte. 8. Deprinderea studenților cu soluțiile de stimulare a circulației ecoturistice și de asigurare a integrării ecoturismului în economia teritoriului. <p>B. Obiective procedurale</p> <ol style="list-style-type: none"> 12. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice turismului durabil și implicit ecoturismului. 13. Culegerea și prelucrarea de date din surse documentare alternative și din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor care influențează turismul durabil și implicit ecoturismul. 3. Formarea deprinderilor de utilizare a instrumentelor statistice în evaluarea circulației (eco)turistice. 4. Utilizarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor utilizate în cercetarea activității ecoturistice dintr-o zonă sau țară. <p>C. Obiective atitudinale</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 durabil în activitatea economică și socială.
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

68. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Turismul durabil 1.1. Concept, definiții, criterii fundamentale 1.2. Impactul turismului asupra mediului 1.3. Principiile turismului durabil 1.4. Formele turismului durabil 1.5. Obiective și cerințe ale dezvoltării turistice durabile 1.6. Organisme internaționale implicate în susținerea turismului durabil 1.7. Necesitatea dezvoltării unui turism durabil	4		
2	Ecoturismul - principala formă de manifestare a turismului durabil 2.1. Ecoturismul: definiții și concepte fundamentale 2.2. Obiective și principii ale ecoturismului 2.3. Avantajele dezvoltării și promovării ecoturismului	2		
3.	Organizarea ecoturismului la nivel internațional 3.1. Organisme internaționale, regionale și naționale specializate în ecoturism 3.2. Reglementări, acte normative și legislative privind ecoturismul la nivel internațional, european și național	2		
4.	Piața ecoturistică și tendințele acesteia 4.1. Profilul pieței ecoturistice 4.2. Resursele ecoturistice și parcul național ca principală destinație ecoturistică 4.3. Activitățile ecoturistice promovate pe piața turistică 4.4. Structuri ecoturistice de primire 4.5. Personalul din ecoturism	2	- prelegerea - dezbateră cu oponent imaginar - organizatorul grafic	<i>Prezentarea în power –point</i>
5.	Managementul ecoturistic 5.1. Politica de protecție a mediului în industria ospitalității 5.2. Planificarea și implementarea acțiunilor ecologice 5.3. Integrarea managementului ecologic în unitățile de primire turistică 5.4. Evaluarea performanței în managementul ecoturistic	4		
6.	Instrumente și tehnici de gestiune a ariilor protejate 6.1. Ariile naturale protejate, premise ale dezvoltării ecoturismului 6.2. Planul de management și structurile turistice manageriale	4		

	6.3. Tehnici de gestiune a ariilor protejate 6.4. Economia ariilor protejate 6.5. Indicatori utilizați în analiza activității turistice în ariile protejate 6.6. Programe ecoturistice și factori implicați în dezvoltarea ecoturismului			
7.	Strategii de organizare a turismului pe principii ecologice în România 7.1. Potențialul ecoturistic al României 7.2. Analiza principalelor coordonate ale activității ecoturistice în România 7.3. Analiza infrastructurii specifice și a circulației ecoturistice în principalele destinații ecoturistice din România (rezervațiile Biosferei)	2		
8.	Ecoetichetarea între teorie și practică 8.1. Programele de ecocertificare în turism – mecanisme de reducere a impactului turismului asupra mediului 8.2. Ecoetichetarea și sistemele (programele) de certificare în industria turismului 8.3. Ecoetichetarea în turism – instrument de obținere a avantajului competitiv	2		
9.	Ecoetichetarea și comerțul internațional. Echitatea și eficiența ecoetichetelor.	2		
10	Evoluția schemelor de ecoetichetare în turism. Ecoetichete în turism cu aplicabilitate la nivel mondial: Green Globe 21, NEAP, Eco-Certification Program, ECOTEL, STEP, Blue Flag.	2		
11	Certificarea ecoturistică în România.	2		

Bibliografie

1. **Bran Florina, 2005, Managementul dezvoltării durabile la nivel regional, Editura Infomarket, Brașov.**
2. **Dinu Mihaela, 2005, Impactul turismului asupra mediului, Editura Universitară, București**
3. **Erdeli G., Gheorghilăș A., 2006, Amenajări turistice, Editura Universitară, București.**
4. **Hornoiu R., 2009, Ecoturismul, orientare prioritară în dezvoltarea durabilă a comunităților locale, Editura ASE, București.**
5. **Miu Florentina, Simoni Smaranda, 2010, Ecoturism și turism rural, Editura Universității din Pitești.**
6. **Nistoreanu P., 2006, Ecoturism și turism rural, Editura ASE, București.**
7. **Nistoreanu P., Ghereș M. (coordonatori), 2010, Turism rural: tratat, Editura C. H. Beck, București.**
8. **Ielenicz M., Simoni Smaranda, 2012, Ecolabels in Ecotourism (Ecoetichetarea în ecoturism), Lucrări științifice de Management Agricol, seria I, volumul XIV (4), Editura Agroprint, Timișoara.**
9. **Simoni Smaranda, Mihai Daniela, 2013, Organizing Strategies in Ecotourism Management, Ovidius University Annals, Economic Sciences Series, Volume XIII, Issue 1.**
10. **Tribe J., 2006, The economics of recreation, leisure and tourism, Amsterdam, Elsevier.**
11. **Wearing S., Neil J., 2009, Ecoturism. Impacts, Potentials and Possibilities, Butterworth-Heinemann, London.**
12. ***** 2006, Quick Start Guide to a Tourism Business, NEAP.**
13. ***** 2007, A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO.**
14. ***** 2009, Strategia națională de dezvoltare a ecoturismului în România, Ministerul Turismului, București.**
15. ***** 2007, Oslo Statement on Ecotourism, The International Ecotourism Society (TIES).**
16. ***** Recommendations to governments for supporting and/or establishing national certification systems for sustainable tourism, OMT-WTO-BTO, www.unwto.org**
17. **www.ecotourism.org**

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Dezbateri privind preocupările la nivel internațional asupra turismului durabil și ecoturismului - Prima Conferință ONU asupra problemelor de mediu, Stockholm, 1972 - Raportul Brundtland al Comisiei Mondiale pentru Mediu și Dezvoltare (CMED), 1987 - Conferința Națiunilor Unite privind Mediul și Dezvoltarea, Rio de Janeiro, 1992: declarația Carta Terrei și planul de acțiune Agenda 21 - Codul Mondial de Etică al Turismului, OMT, Santiago, Chile, 1999 - Summit-ul mondial pentru dezvoltare durabilă, Johannesburg, ONU, 2002 Summit-ul mondial al ecoturismului, OMT, Quebec, 2002	2	- dialogul - dezbateri lucru în echipa - conversația euristică	Studiu de caz, prezentare proiect.
2	Politica de protecție ecologică practică în unitățile hoteliere (studii de caz) Pachetul de măsuri ecologice pentru hoteluri al UNEP (IH&RA)	2		

	International Hotels)		
3	Metode de analiză a turismului durabil și ecoturismului Indicatori de cuantificare a circulației ecoturistice Studiu de caz: analiza activității turistice în principalele destinații ecoturistice din țările alpine europene	2	
4	Model de dezvoltare a turismului durabil. Studiu de caz: ecoturismul în Statele Unite ale Americii Strategii de dezvoltare și marketing ecoturistic. Studii de caz: S.U.A. și Australia	2	
5	Analiza SWOT a ecoturismului. Studiu de caz: destinațiile ecoturistice din America Centrală	2	
6	Ecoturismul în România - versiune durabilă a turismului în arii naturale. Studii de caz: Rezervația Biosferei Delta Dunării, Parcul Național Retezat și Parcul Național Munții Rodnei	2	
7	Ecoetichetele în turism. Studii de caz: Green Globe, Neap, Eco-Certification Program, ECOTEL, STEP și altele	2	

Bibliografie

1. Miu Florentina, Simoni Smaranda, 2010, *Ecoturism și turism rural*, Editura Universității din Pitești.
2. Nistoreanu P., 2006, *Ecoturism și turism rural*, Editura ASE, București.
3. Simoni Smaranda, 2014, *Analyzing an ecotourism destination: Grand Canyon National Park*, Lucrări științifice. Management Agricol, Editura Agroprint Timișoara.
4. *** 2007, *Ghidul Ariilor Naturale Protejate*, Ministerul transporturilor, construcțiilor și turismului; Autoritatea Națională pentru Turism.
5. *** *International Tourism Overview. A Special Report from World Tourism Organization.*
6. *** 2015, *Tourism Market Trends*, UNWTO.
7. *** 2015, *Yearbook of Tourism Statistics*, UNWTO.
8. *** 2007, *Oslo Statement on Ecotourism*, The International Ecotourism Society (TIES).
9. *** *Recommendations to governments for supporting and/or establishing national certification systems for sustainable tourism*, OMT-WTO-BTO, www.unwto.org
10. www.ecotelhotels.com
11. www.ecoafrica.com
12. www.sdt.unwto.org
13. www.mdr.ro, Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026.
15. www.ecotourism.org

69. 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.

70. 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.	Examen scris: - calitatea și coerența tratării subiectelor	50%
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 masterandului în activitățile de seminar Evaluarea prezentării proiectelor	20% 30%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific specific turismului durabil. 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Turism durabil, ecoturism și ecocertificare în turism" 3. Capacitatea de a utiliza metode și tehnici în cercetarea activității ecoturistice dintr-o zonă. 4. Nota 5 la evaluarea finală		

Data completării
15 septembrie 2016
Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2016

Titular de curs,
Lect. univ. dr. Loredana Tuță
Director de departament,
(prestator)
Conf. univ. dr. Daniela Mihai

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Loredana Tuță
Director de departament,
(beneficiar),
Conf. univ. dr. Daniela Mihai

FIȘA DISCIPLINEI
Practica de specialitate
anul universitar: 2016 - 2017

71. 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	Master
1.6	Programul de studiu / calificarea	Administrarea Afacerilor în Comerț, Turism și Servicii de Ospitalitate / Economist

72. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei		Practica de specialitate								
2.2	Titularul activităților de curs		-								
2.3	Titularul activităților de seminar / laborator		Conf. univ. dr. Daniela MIHAL								
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	O

73. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	8	3.2	din care curs	-	3.3	S / L / P	8
3.4	Total ore din planul de învăț.	112	3.5	din care curs	-	3.6	S / L / P	112
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								80
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								80
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								80
Tutorat								10
Examinări								3
Alte activități								10
3.7	Total ore studiu individual		263					
3.8	Total ore pe semestru		375					
3.9	Număr de credite		15					

74. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de management, marketing, tehnici și instrumente de diagnosticare și evaluare a afacerii, tehnici și instrumente de planificare și dezvoltare a afacerii, politici și strategii organizaționale în contextul dezvoltării durabile, managementul proiectelor pentru afaceri în comerț, turism și servicii de ospitalitate
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

75. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	Nu este cazul
5.2	De desfășurare a laboratorului	Nu este cazul

76. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • C1: Analiza integrată a informațiilor economice și utilizarea lor în luarea deciziilor de afaceri din cadrul organizațiilor din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității; • C2: Utilizarea proceselor de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare în activitatea unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității; • C3: Fundamentarea proceselor de comunicare în interiorul și exteriorul unității din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității, în context multicultural; • C4: Elaborarea de portofolii strategice antreprenoriale optime funcționării și dezvoltării unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității; • C5: Elaborarea strategiilor de dezvoltare a afacerilor în comerț, turism și industria ospitalității și acordarea de consultanță specializată în domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității. • C6: Utilizarea tehnologiei informației în managementul unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității.
	<ul style="list-style-type: none"> • CT1: Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini/obiective complexe de la locul de muncă; • CT2: Planificarea și organizarea resurselor umane în cadrul unui grup sau a unei organizații, în condiții de conștientizare a responsabilității pentru rezultatele profesionale; • CT3: Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic.

77. Obiectivele disciplinei

7.1	Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea masteranzilor cu problematica organizării și gestionării activității întreprinderii de comerț / turism / servicii de ospitalitate.
-----	-----------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

7.2 Obiectivele specifice	<p>A. Obiective procedurale</p> <p>14. Abilitatea de a interpreta printr-o gândire logică aspectele legate de organizarea și funcționarea societăților comerciale din domeniul comerțului, turismului și din industria ospitalității;</p> <p>15. Însușirea de către cursanți a know-how-ului necesar gestionării întreprinderii, prin metode și tehnici utilizate de practică, menite să dezvolte acestora spiritul de acțiune, precum și capacitatea de a gestiona cu maximum de responsabilitate și eficiență procesul muncii în cadrul organizațiilor din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității;</p> <p>16. Capacitatea de concepere și conducere a proceselor specifice domeniului comerțului, turismului și din industria ospitalității;</p> <p>17. Selectarea informațiilor economice relevante pentru soluționarea diverselor probleme concrete din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității și utilizarea lor integrată în fundamentarea deciziei optime.</p> <p>B. Obiective atitudinale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facilitarea integrării în viața profesională; - Capacitatea de a lucra în echipă; - Cultivarea unor atitudini constructive în contexte organizaționale variate.
---------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

78. Conținuturi

Aplicații: Seminar / Laborator / Teme de casă		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	<p>Prezentarea, descrierea și caracterizarea firmei și a activității curente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - elementele de identificare a firmei, cadrul legislativ, statutul juridic, capitalul social al firmei; - scurt istoric al firmei; - obiectul de activitate al firmei; - capacitatea de producție (dacă este o firmă din domeniul producției), serviciile prestate (dacă este o firmă din domeniul serviciilor); - modul de organizare și conducere a firmei; - analiza activităților curente desfășurate de firmă; - sistemul de organizare și coordonare a activităților. 	8	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • lucrul în grup 	<p>Consultarea documentelor oficiale – statutul firmei; organigrama; Regulamentul de organizare și funcționare; Regulamentul de ordine internă; fișe de post; diagrame de relații etc.</p> <p>■ Fascicol din lucrarea practică</p>
2	<p>Analiza modului de organizare a activității firmei:</p> <ul style="list-style-type: none"> - structura organizatorică de ansamblu a firmei și organigrama unității: număr de angajați (permanenți și sezonieri, nivel de pregătire, funcții deținute, grupe de vârstă), atribuții; - structura organizatorică a principalelor subdiviziuni ale firmei; - relațiile organizatorice implicate; - personalul de conducere și execuție, fișe de post, Regulament de organizare și funcționare, alte regulamente interne; - organizarea procesuală a firmei; - funcțiunile firmei – modul de manifestare și exercitare (cercetare-dezvoltare, producție – dacă este cazul, comercială, financiar-contabilă și de personal) - contribuția principalelor componente ale organizării procesuale la realizarea obiectivelor firmei. 	12	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • exercițiul • lucrul în grup 	<p>Discuții cu tutorele și consultarea documentelor din care reies particularitățile subsistemului organizatoric.</p> <p>■ Fascicol din lucrarea practică</p>
3	<p>Analiza stării actuale a sistemului de management al firmei:</p> <ul style="list-style-type: none"> - studiul actualului sistem de management – procesele de conducere și de execuție, exercitarea funcțiilor managementului (previziune, organizare, coordonare, antrenare, control-evaluare); - analiza subsistemului organizatoric al entității – organigrama, personalul de conducere și execuție, fișe de post, Regulament de organizare și funcționare, alte regulamente interne; - analiza subsistemului informațional al entității – sistemul informațional, sistemul informatic, fluxuri și circuite informaționale, modalități de stocare și vehiculare a datelor; - analiza subsistemului decizional al entității – respectarea cerințelor de raționalitate privind decizia și a metodologiei de fundamentare, adoptare și implementare; - analiza subsistemului metodologic al sistemului de management – sisteme, metode și tehnici de conducere utilizate în cadrul entității studiate. 	16	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • exercițiul • lucrul în grup 	<p>Discuții cu tutorele în vederea identificării particularităților subsistemelor componente ale sistemului de management și identificarea unor posibilități de perfecționare a acestora.</p> <p>■ Fascicol din lucrarea practică</p>

4	<p>Analiza mediului intern al firmei:</p> <ul style="list-style-type: none"> - stadiul actual, disfuncționalități, propuneri de îmbunătățire; - generalități referitoare la situația financiară a firmei; - descrierea produselor/serviciilor, a proceselor tehnologice desfășurate; logistica firmei; dotări: echipamente de birotică, mijloace de transport; spații de prestare a serviciilor, depozitare ș.a; - pragul de rentabilitate la nivelul firmei, precum și pragul de rentabilitate pentru un produs sau serviciu prestat de firmă; - analiza performanțelor strategiei comerciale; - resursele umane implicate; - descrierea climatului și culturii organizaționale; - procesarea documentelor din cadrul companiei; - interpretarea dinamicii mediului intern. 	12	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • lucrul în grup • exercițiul 	<p>Consultarea documentelor oficiale și discuții cu tutorele în vederea identificării, analizei și interpretării relațiilor organizatorice implicate și a contribuției subdiviziunilor întreprinderii la realizarea obiectivelor firmei.</p> <p>■ Fascicol din lucrarea practică</p>
5	<p>Analiza micromediului firmei:</p> <ul style="list-style-type: none"> - furnizorii, prestatorii de servicii și intermediarii – modul de organizare a relațiilor firmei cu furnizorii (relații precontractuale, relații contractuale și relații postcontractuale); - concurenții – structura pieței vizate; - clienții unității: numărul acestora pe ultimii 5 ani (un grafic sugestiv în acest sens); structura acestora după caracteristicile sociale (vârstă, sex, venituri, pregătire, domiciliu etc.), după calea de achiziționare, după frecvența achizițiilor etc; - organisme publice (atitudinea publicului, mass-media, instituții locale, organizații cetățenești, ONG-uri ș.a.). 	8	<ul style="list-style-type: none"> ▪ conversația euristică ▪ lucrul în grup ▪ exercițiul 	<p>Consultarea documentelor oficiale și discuții cu tutorele în vederea identificării factorilor micromediului (clienți, furnizori, concurenți etc.) și analiza influenței exercitate de aceștia asupra întreprinderii.</p> <p>■ Fascicol din lucrarea practică</p>
6	<p>Analiza macromediului firmei:</p> <ul style="list-style-type: none"> - analiza STEP; - contextul legislativ și ecologic și impactul său asupra firmei; - oportunități și amenințări cu care se confruntă firma; 	6	<ul style="list-style-type: none"> ▪ conversația euristică ▪ lucrul în grup. 	<p>Discuții cu tutorele în vederea identificării particularităților determinanților contextuali ai macromediului și interpretării lor.</p> <p>■ Fascicol din lucrarea practică</p>
7	<p>Formularea de alternative de dezvoltare a afacerii, pe baza analizei SWOT a firmei /magazinului de bricolaj și demonstrarea relevanței acestora, cu referire la realitățile economice naționale, europene și globale:</p> <ul style="list-style-type: none"> - analiza factorilor interni/evaluarea potențialului întreprinderii – concretizată în identificarea punctelor forte (<i>strengths</i>) și a punctelor slabe (<i>weaknesses</i>); - analiza factorilor externi, desprinzându-se oportunitățile (<i>opportunities</i>) și amenințările (<i>threats</i>) cu care organizația se confruntă; - formularea alternativelor strategice, pe baza matricei de diagnosticare strategică SWOT. 	8	<ul style="list-style-type: none"> ▪ conversația euristică ▪ exercițiul ▪ lucrul în grup 	<p>Consultarea documentelor oficiale și discuții cu tutorele în vederea identificării punctelor forte și a punctelor slabe ale firmei, precum și a principalelor oportunități și amenințări și formularea de alternative strategice de dezvoltare a afacerii.</p> <p>■ Fascicol din lucrarea practică</p>
8	<p>Identificarea și fundamentarea strategiilor firmei prin prisma mediului ambiant:</p> <ul style="list-style-type: none"> - viziunea și misiunea firmei; - prezentarea obiectivelor fundamentale; - opțiunile strategice ale firmei (mijloace de realizare a obiectivelor); - resurse necesare; - termene intermediare și finale de realizare a obiectivelor; - avantajul competitiv al organizației. 	12	<ul style="list-style-type: none"> ▪ conversația euristică ▪ lucrul în grup ▪ exercițiul 	<p>Discuții cu tutorele și consultarea documentelor din care reies obiectivele pe termen scurt, mediu și lung ale firmei, analiza realității lor și formularea propunerilor de perfecționare a strategiei firmei, prin reconsiderarea componentelor acesteia.</p> <p>■ Fascicol din lucrarea practică</p>
9	<p>Strategii și politici implementate în cadrul firmei:</p> <ul style="list-style-type: none"> - tacticile adoptate și politicile aferente principalelor domenii ale activității firmei; - tipul de strategie managerială abordată; 	12	<ul style="list-style-type: none"> ▪ conversația euristică ▪ lucrul în grup ▪ exercițiul 	<p>Discuții cu tutorele și consultarea documentelor privind detalierea strategiei de ansamblu în</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - politica sistemului informațional; - politica de personal; - managementul stocurilor de marfă; - managementul creanțelor și disponibilităților bănești la nivelul firmei; - dezvoltarea / diversificarea producției și/sau a activităților. 			<p>politici specifice domeniilor principale ale activității firmei, Interpretarea rezultatelor analizelor și formularea concluziilor în urma observațiilor personale cu privire la politicile firmei.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Fascicol din lucrarea practică
10	<p>Elaborarea planului de marketing al firmei:</p> <ul style="list-style-type: none"> - politica de produs; - politica de distribuție; - politica de preț: nivelul și modul de stabilire a comisioanelor, prețurilor, tarifelor practicate de societate; - politica de comunicare: fundamentarea bugetului, modalități de promovare a ofertei; structura mixului de comunicare; - politica forței de vânzare. 	10	<ul style="list-style-type: none"> ▪ conversația euristică ▪ exercițiul ▪ lucrul în grup 	<p>Consultarea documentelor specifice funcțiunii comerciale a firmei și discuții cu tutorele din care reies particularitățile relațiilor cu furnizorii, piața, clienți existenți și potențiali, concurenții, elementelor aferente ciclului de comunicare și orientare către clienți.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Fascicol din lucrarea practică
11	<p>Aprecieri privind relaționarea firmei cu mediul extern. Sugestii de îmbunătățire a activității:</p> <ul style="list-style-type: none"> - comunicare și orientare către clienți; - atribuțiile profesionale ale consultantilor vânzări, agenților de vânzări și lucrători comerciali; - strategia de promovare a produselor/serviciilor; materiale și modalități de promovare a ofertei/ produselor comercializate (exemplificare cu pliante și alte materiale, acțiuni de promovare a vânzărilor-oferte speciale și altele); - evoluția indicatorilor de performanță. Oportunități de dezvoltare. Proiecte de viitor ale unității. 	8	<ul style="list-style-type: none"> ▪ conversația euristică ▪ lucrul în grup 	<p>Analiza dinamică a mediului de afaceri pe piețele unde firma ar dori să se extindă și evidențierea elementelor aferente strategiei de atragere a clienților, pe baza discuțiilor cu tutorele.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Fascicol din lucrarea practică
<p>Bibliografie</p> <p>9. Baicu Mariana – <i>Managementul riscului în afaceri</i>, Editura Fundația România de Măine, București, 2010;</p> <p>10. Ceocea Costel – <i>Teoria și practica deciziei manageriale</i>, Editura Economică, București, 2014;</p> <p>11. Diaconu Mihaela, Micu Cristina – <i>Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii</i>, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010;</p> <p>12. Drăghici Const. Mihai Daniela – <i>Curs de management al activității de comerț, turism și servicii turistice</i>, Editura Sitech, Craiova, 2007;</p> <p>13. Drăghici Const. Mihai Daniela – <i>Curs de management – teorie și aplicații</i>, Editura Sitech, Craiova, 2008;</p> <p>14. Duncan Todd – <i>Excelența în vânzări</i>, Editura Amaltea, București, 2015;</p> <p>15. Gallo Carmine – <i>Experiența APPLE - Secretele construirii unei relații pe termen lung cu clienții</i>, Editura Amaltea, București, 2015;</p> <p>16. Grosu Mădălina Mihai Daniela – <i>Instrumente de planificare și optimizare în managementul organizației</i>, Editura Sitech, Craiova, 2005;</p> <p>17. Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar – <i>Business-to-business Brand Management</i>, Editura Brandbuilders, București, 2016;</p> <p>18. Lencioni Patrick – <i>Cinci tentații ale unui CEO</i>, Editura Litera, București, 2015;</p> <p>19. Mihai Daniela, Grosu Mădălina – <i>Management, aplicații în comerț. Managementul activităților turistice – Studii de caz. Aplicații</i>, Editura Universitaria, Craiova, 2005;</p> <p>20. Nicolescu Ovidiu, Verboncu Ion – <i>Metodologii manageriale</i>, Editura Universitară, București, 2008;</p> <p>21. Schawbel Dan – <i>Manual de branding personal – Reguli noi pentru o carieră de succes</i>, Editura Amaltea, București, 2015;</p> <p>22. Stănculescu, G. Micu Cristina – <i>Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație</i>, Editura C.H. Beck, București, 2012.</p>				

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor specifice administrării afacerilor în comerț, turism și servicii de ospitalitate vor satisface așteptările reprezentanților angajatorilor din domeniul economic;
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi aprofundate 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.*

80. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	-	-	-
10.5 Seminar / Laborator / Tema de casă	<ul style="list-style-type: none">• activitatea în cadrul stagiului de practică.• lucrările individuale elaborate și a modul de susținere a lor.• participarea la dezbaterile finale de analiză și interpretare a proiectelor.	<ul style="list-style-type: none">• monitorizare periodică și recomandare tutore de practică.• evaluarea lucrărilor individuale și chestionarea orală• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog.	20% 50% 30%
10.6 Standard minim de performanță	Respectarea orarului de efectuare a practicii la agentul economic repartizat (în proporție de minim 75 %) și elaborarea și susținerea unui proiect de practică, conform tematicii convenite cu tutorele de practică, evaluat cu minim nota 5.		

Data completării
29 septembrie 2016

Titular de disciplină,
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