

FIȘA DISCIPLINEI
Managementul serviciilor, 2017-2018

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	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management / Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					Managementul serviciilor					
2.2	Titularul activităților de curs					Conf. univ. dr. Grădinaru Puiu					
2.3	Titularul activităților de seminar / proiect					Lect. univ. dr. Antoniu Maria-Eliza					
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1 + 1
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	14 + 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								30
Pregătire seminarii/proiecte, teme, referate, portofolii, eseuri								30
Tutoriat								2
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	94						
3.8	Total ore pe semestru	150						
3.9	Număr de credite	6						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea elementelor de management, disciplină studiată în anul I și a celor de management operațional, materie studiată în anul II.
4.2	De competențe	• Capacitatea de analiză și sinteză • Capacitatea de înțelegere și utilizare a limbajului economic • Capacitatea de a utiliza inducția și deducția • Capacitatea de structurare și interpretare a informației • Capacitatea de gândire pragmatică și aplicativă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu videoproiector - Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului / proiectului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Susținerea testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației prin diagnosticare și analiză SWOT – 1 PC C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 1 PC C.4. Identificarea, selectarea și utilizarea modalităților de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare – 2 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 1 PC
Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor și a normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în științele economice – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Însușirea de către studenți a unui ansamblu organizat și coerent de cunoștințe prin care se explică, în mod sistematic, fenomenele și procesele ce se produc în conducerea firmelor de servicii
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte de bază, a componentelor managementului serviciilor și a caracteristicilor fiecăreia 2. Operarea cu algoritmi și metode fundamentale de calcul

	3. Explicarea și interpretarea problematicii de bază a managementului serviciilor din perspectivă sistemică 4. Definirea corectă a obiectului de studiu al managementului serviciilor și stabilirea relațiilor pe care acesta le are cu alte științe B. Obiective procedurale 1. Corelarea activităților specifice managementului serviciilor cu simulările și jocurile strategice 2. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor manageriale 3. Folosirea teoriilor pedagogice pentru elaborarea unui stil de învățare eficient 4. Utilizarea unor metode de autoevaluare a propriei activități de învățare C. Obiective atitudinale 1. Respectarea normelor de deontologie profesională (a codului deontologic al profesorului), fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în științele economice 2. Cooperarea în echipe de lucru pentru întocmirea temelor de casă; 3. Utilizarea unor metode specifice de elaborare a unui plan de dezvoltare personală și profesională
--	---

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Considerații privind teoria și practica serviciilor 1.1 Conceptualizarea serviciilor. Caracteristicile serviciilor 1.2 Tipologia serviciilor 1.3 Valoarea adăugată de servicii	2		
2	Eficiența economică și socială a serviciilor 2.1. Conținutul și particularitățile eficienței în sfera serviciilor 2.2. Criterii de evaluare, indicatori de exprimare și căi de creștere a eficienței 2.3. Relațiile între calitate și eficiență în activitățile de servicii	3		
3	Capacitatea firmelor de servicii 3.1 Planificarea capacității 3.2 Strategiile de stabilire a capacității 3.3 Metodologia de stabilire a capacității	3		
4	Amplasarea geografică a firmelor de servicii 4.1 Conceptul de locație. Factorii care influențează deciziile privind locația 4.2 Metode pentru evaluarea variantelor și luarea deciziilor privind locația	3		
5	Managementul serviciilor de aprovizionare cu mărfuri, materii prime și materiale 5.1. Determinarea structurii necesarului de aprovizionat 5.2. Recepția materiilor prime, materialelor și mărfurilor 5.3. Sisteme de gestiune a stocurilor	3	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic ▪ exercițiul ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
6	Managementul serviciilor de depozitare a mărfurilor, materiilor prime și materialelor 6.1 Organizarea spațiilor de depozitare 6.2. Amplasarea și identificarea produselor 6.3. Pregătirea comenzilor	3		
7	Managementul serviciilor de transporturi 7.1 Particularitățile activității de transport. Calitatea prestației de transport 7.2 Considerații generale privind întreprinderile prestatoare de servicii de transport auto 7.3 Abordarea sistematică a managementului unui sistem de transport auto	3		
8	Folosirea programării liniare în optimizarea planului de transport 8.1 Modelul general al unei probleme de transport 8.2 Utilizarea metodei colțului de Nord-Vest pentru determinarea soluției de bază 8.3 Utilizarea metodei distributive pentru îmbunătățirea soluției de bază	2		
9	Optimizarea deciziilor economice din sfera serviciilor prin modelarea fenomenelor de așteptare 9.1 Sistem de așteptare 9.2 Ipoteze folosite în modelele firelor de așteptare 9.3 Modele de fire de așteptare	3		
10	Elemente de organizare ergonomică a muncii în activitățile	3		

	prestatoare de servicii 10.1 Ergonomia și organizarea ergonomică a muncii 10.2 Organizarea locului de muncă 10.3 Factorii de ambianță fizică 10.4 Oboseala în muncă 10.5 Protecția muncii			
Bibliografie 1. Andreica, M. ș.a. – Abordări moderne ale managementului previzional al organizațiilor economice , Editura ASE, București, 2016 2. Burduș, E., Popa, I. – Management. Teste. Probleme. Exerciții. Studii de caz. Grile de evaluare , Editura Pro Universitaria, București, 2013 3. Ceocea, C. – Teoria și practica deciziei manageriale , Editura Economică, București, 2014 4. Cojocariu, S. – Management în turism și servicii , Editura Universitară, 2010 5. Constantin, L., Budacia, G. – Managementul serviciilor , Editura Universitară, București, 2010 6. Cruceru, G. – Managementul serviciilor , Universitatea Spiru Haret, Facultatea de Management, Brașov, 2015 7. Ghenea, M. – Antreprenariat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri , SC Universul juridic SRL, 2011 8. Grădinaru, D., Grădinaru, P. – Managementul serviciilor. Manual universitar pentru IFR , Editura Universității din Pitești, 2010 9. Grădinaru, P. – Managementul serviciilor, Suport de curs în format IFR , 2016 10. Ioncică, M. – Economia serviciilor. Abordări teoretice și implicații practice , Editura Uranus, București, 2012 11. Ionescu, V.C. – Managementul producției și serviciilor , Editura Universitară, 2010 12. Lencioni, P. – Cinci tentații ale unui CEO. O poveste despre leadership , Editura Litera, București, 2015 13. Militaru, C., Drăguț, B., Zafir, A. – Management prin calitate. Ediția a II-a , Editura Universitară, 2014 14. Militaru, Gh. – Managementul serviciilor , Editura C.H. Beck, București, 2010 15. Niță, V. – Managementul sistemelor de transport , Editura Tehnopress, București, 2010 16. Popescu, D. – Comportament organizațional. Ediția doua, revizuită și adăugită , Editura ASE, București, 2013 17. Rusu, E. – Decizii optime în management prin metode ale cercetării operaționale. Probleme și studii de caz , Editura Economică, București, 2011 18. Verboncu, I. – Știm să conducem? , Editura Economică, București, 2009 19. Zamfir, A. – Managementul serviciilor , Editura ASE, București, 2011				
8.2. Aplicații:		Nr. ore	Metode de predare	Observații
Seminar				Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea proiectelor – 1 oră	1	Problematizare Dezbateri Lucrul în grup Conversația Abordarea euristică	Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
2	Calculul valorii adăugate de servicii	1		
3	Eficiența economică și socială a serviciilor	2		
5	Utilizarea metodologiei de stabilire a capacității și a metodelor privind determinarea locației firmelor de servicii	2		
6	Determinarea structurii necesarului de aprovizionat	2		
7	Utilizarea algoritmului ungar în amplasarea și identificarea produselor	2		
8	Optimizarea planului de transport auto	2		
9	Modele de fire de așteptare	2		
10	Proiect Eficiențizarea firmei de servicii 1. Prezentarea de ansamblu a firmei de servicii 2. Analiza aspectelor specifice managementului serviciilor 3. Analiza capacității firmei de servicii 4. Determinarea structurii necesarului de aprovizionat. 5. Organizarea spațiilor de depozitare 6. Analiza organizării ergonomice a locurilor de muncă 7. Identificarea modalităților de creștere a eficienței activității firmei 8. Concluzii și propuneri de îmbunătățire a activității firmei 9. Utilizarea modelelor de fire de așteptare în prestarea serviciilor de către firmă	2 1 1 1 1 2 2 2 2	Lucrul în grup Conversația Abordarea euristică	Informații despre firmă
Bibliografie 1. Andreica, M., Popescu, M.E., Micu, D. – Abordări modern ale managementului previzional al organizațiilor economice , Editura ASE, București, 2016 2. Băloiu, M., Frăsineanu, C., Frăsineanu, I. – Management inovativ , Editura ASE, București, 2008 3. Burduș, E., Verboncu, I., Popa, I., Dobrin, C. – Proiect economic. Model simplificat de elaborare a strategiei unei întreprinderi , Editura Pro Universitaria, 2016 4. Caraiani, Gh. – Logistica transporturilor , Editura Universitară, București, 2008 5. Ciocirlan, D. – Management strategic , Editura Universitară, București, 2010 6. Ciocoiu, N.C. – Managementul riscului. O abordare integrată , Editura ASE, București, 2014				

7. Dobrin, C., Moldoveanu, G. – **Management operațional**, Editura Pro Universitaria, 2016
8. Dumitrescu, M., Peculea, A.D. – **Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane**, Editura Economică, București, 2014
9. Istocescu, A. – **Civilizație, cultură, management. Condiționări, influențe, perspective. Ediția a doua, vol. 2**, Editura ASE, București, 2013
10. Nistoreanu, P. – **Managementul în turism servicii**, www.biblioteca-digitala.ase.ro
11. Paraschiv, V. Stegăroiu, I. – **Strategii manageriale**, Editura Pro Universitaria, 2014
12. Plumb, I., Zamfir, A., Ionescu, M., Ionescu, S. – **Reingineria serviciilor**, www.biblioteca.digitala.ase.ro.
13. Zamfir, A. – **Managementul serviciilor. Lucrare aplicativă**, Biblioteca digitală ASE

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate	- Evaluare finală.	50 %
10.5 Seminar / Proiect	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminar. • Proiect - se vor rezolva aplicații propuse de cadrul didactic referitoare la eficientizarea firmei de servicii. Se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog.	20%
		• Testare	10%
		- Prezentarea orală a proiectului - Chestionare orală	20%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul management în sectorul terțiar 2. Cunoașterea conceptelor de bază privind eficiența economică și socială a serviciilor 3. Capacitatea de a aplica programarea liniară în optimizarea planului de transport 4. După parcurgerea disciplinei, studentul trebuie să: - Calculeze structura necesarului de aprovizionat; - Cunoască elemente de organizare ergonomică a muncii în activitățile prestatoare de servicii; - Să utilizeze metodologia de stabilire a capacității firmelor de servicii.		

Data completării
30 septembrie 2017

Titular de curs,
Conf. univ. dr. Puiu Grădinaru

Titular de seminar / proiect,
Lect. univ. dr. Antoniu Maria-Eliza

Data aprobării în Consiliul departamentului,
03 octombrie 2017

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Management comparat, 2017-2018

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	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management/ Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Management comparat									
2.2	Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Antoniu Maria-Eliza									
2.3	Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Antoniu Maria-Eliza									
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	<u>S</u> / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	<u>S</u> / 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								28
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutorat								5
Examinări								3
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	94						
3.8	Total ore pe semestru	150						
3.9	Număr de credite	6						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea elementelor de management și Management internațional, discipline studiate în anul I și respectiv II
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu videoprojector
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii/laboratoare proiecte - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației prin diagnosticare și analiză SWOT – 1 PC C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 1 PC C.4. Identificarea, selectarea și utilizarea modalităților de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare – 1 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 1 PC
Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor și a normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în științele economice – 1 PC CT3. Utilizarea metodelor și tehnicilor eficiente de învățare pe tot parcursul vieții, în vedere formării și dezvoltării profesionale continue – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu aspecte teoretice ale științei managementului în contexte naționale diverse, cu procesele și relațiile de management într-o abordare comparativă
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive Cunoașterea elementelor teoretico-metodologice ale managementului comparat Înțelegerea necesității abordării manageriale comparative; Identificarea asemănărilor și deosebirilor de natură managerială care determină anumite evoluții în contexte culturale specifice Înțelegerea realităților concrete și tendințelor viitoare în management, la scară națională și internațională. B. Obiective procedurale

	Capacitatea de a face comparații între diferite sisteme de management Aplicarea cunoștințelor dobândite în activitatea practică din context organizațional; Dezvoltarea aptitudinilor de analiză și evaluare a sistemelor manageriale din alte țări <u>C. Obiective atitudinale</u> Înțelegerea importanței managementului comparat Identificarea asemănărilor și diferențelor culturale, precum și a asemănărilor și diferențelor socio-politice între contexte naționale Dobândirea abilității de manifestare ca manager flexibil, adaptiv în contexte diferite
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Fundamentele teoretice ale managementului comparat	3	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz
2	Metodologia managementului comparat	3		
3	Managementul în Uniunea Europeană	3		
4	Managementul în Japonia	3		
5	Managementul întreprinderilor din S.U.A	3		
6	Managementul în țările din Asia (China, Taiwan, Singapore, Coreea de Sud)	3		
7	Managementul în țările arabe	3		
8	Elemente de management ale firmei în viziune transnațională	3		
9	Tendențe în managementul firmelor pe plan mondial	2		
10	Realizarea transferului internațional de know-how managerial	2		
Bibliografie				
1. Adekola, A.; Sergi, Bruno S., Global Business Management – A Cross Cultural Perspectives”, MPG Books Ltd. Uk, 2012. 2. Antoniu E., Brutu M., „Managementul afacerilor internaționale / Management comparat – teste grilă”, Editura SITECH, Craiova, 2011; 3. Antoniu E., „Management comparat”– note de curs pentru uzul studenților, material realizat în tehnologia IFR, 2017. 4. Burduș, E., „Management comparat internațional”, Editura Economică, București, 2011; 5. Burduș, E., „Management comparat internațional”, Editura PRO Universitaria, București, 2012; 6. Carmick John Mc., Undestanding The EU”, <i>Palgrave</i>, 6th Edition, 2011; 7. Clifford L. Mark, Pete Engardio, „Meltdown. Asia’s Boom, Bust, and Beyond”, Prentice Hall Press, 2010; 8. Edfelt, Ralph B., „Global Comparative Management”, SAGE Publication Inc., 2011; 9. Koen, Carla I., „Comparative International Management”, McGraw Hill Education, UK, 2010; 10. Luckacs E., „Management comparat”, Editura Europolis, Galați, 2010; 11. Nicolescu O., „Management comparat : Uniunea Europeană, S.U.A. și Japonia”, ediția a VI-a, Editura Economică, București, 2011; 12. Nicolescu O., Ionescu Ghe., „Minidicționar de management - Managementul comparat internațional”, Editura PRO Universitaria, București, 2011; 13. Schwenker B., Dofel-Muller M., „On good management – a corporate lifecycle”, Springer Gabler, Wiesbaden, Germany, 2013; 14. *** „Encyclopedia of management”, 7th Edition, Gale Cengage Learning, U.S.A., 2010;				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor	2	- dialogul - dezbateră - lucru în echipa - conversația euristică	Studiu de caz, prezentare temă de casă, prezentare proiect
2	Prezentarea modelelor de management comparat: Rosalie Tung, John Child și abordarea lui Geert Hofstede	4		
3	Studiu despre dimensiunile valorilor și culturii românești conform abordării lui Geert Hofstede	4		
4	Adoptarea deciziilor și comunicarea în firmele japoneze și structura personalului, modul de angajare, pregătire și evaluare a personalului	3		
5	Analiza raportului dintre managementul nord american și cel japonez	4		
6	Contextul european actual și influența practicilor manageriale europene asupra managementului românesc	4		
7	Analiza comparativă a managementului resurselor umane în Statele Unite și țările europene	4		
8	Relația management-sindicate: U.E. vs. SUA., Japonia vs. SUA	3		
Bibliografie				
1. Adekola , A.; Sergi, Bruno S., Global Business Management – A Cross Cultural Perspectives”, MPG Books Ltd. Uk, 2012. 2. Antoniu E., Brutu M., „Managementul afacerilor internaționale / Management comparat – teste grilă”, Editura SITECH, Craiova, 2011;				

3. Burduș, E., „Management comparat internațional”, Editura Economică, București, 2011;
4. Burduș, E., „Management comparat internațional”, Editura PRO Universitaria, București, 2012;
5. Carmick John Mc., **Understanding The EU**, Palgrave, 6th Edition, 2011;
6. Clifford L. Mark, Pete Engardio, „Meltdown. Asia's Boom, Bust, and Beyond”, Prentice Hall Press, 2010;
7. Edfelt, Ralph B., „Global Comparative Management”, SAGE Publication Inc., 2011;
8. Gilgin R., **The Challenge of Global Capitalism. The World Economy in the 21st Century**, Princeton University Press 2009;
9. Hofstede, G., **Managementul structurilor multiculturale**, Editura Economică, București, 1996;
10. Kono T., Clegg S., **Trends in Japanese Management – Continuing Strenghts, Current Problems and Changing Priorities**, Palgrave Macmillan, 2012;
11. Trompenaar F., Coebergh P. H., **100+ Management Models – how to understand and apply the world most powerful business tools**, Infinite Ideas Limited, Oxford, UK, 2014;
12. Luckacs E., „Management comparat”, Editura Europolis, Galați, 2010;
13. Nicolescu O., „Management comparat : Uniunea Europeană, S.U.A. și Japonia”, ediția a VI-a, Editura Economică, București, 2011;

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare finală (scris).	50 %
10.5 Seminar	-participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă și a proiectului	- Expunerea liberă a studentului; -Prezentarea orală a temei de casă; - Prezentarea orală a proiectului;	10% 20% 20%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific specific managementului comparat 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei Management comparat 3. Cunoașterea principalelor particularități ale managementului în diferite țări din U.E., Japonia și S.U.A.		

Data completării
26 septembrie 2017

Titular de curs,
Lect. univ. dr. Maria-Eliza Antoniu

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Maria-Eliza Antoniu

Data aprobării în Consiliul departamentului,
03 octombrie 2017

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Management strategic, 2017-2018

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	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management/ Economist

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei					Management strategic						
2.2 Titularul activităților de curs					Lect. univ. dr. Sinisi Crenguța Ileana						
2.3 Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Sinisi Crenguța Ileana						
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învă.	42	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								28
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								3
3.7	Total ore studiu individual	83						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea noțiunilor de bază de Management și Marketing studiate în anul I.
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației prin diagnosticare și analiză SWOT – 1 PC C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 1 PC C.3. Elaborarea și implementarea sistemului managerial și a subsistemelor sale (alocare și realocare de resurse și activități) – 1 PC C.4. Identificarea, selectarea și utilizarea modalităților de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare – 1 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu conceptele specifice managementului strategic
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive - Cunoașterea noțiunilor de management strategic, necesitatea și rolul strategiei, definirea strategiei, tipuri de strategii, creativitatea și inovarea, etc. - Întelegerea rolului strategiei, a politicilor, alianțelor strategice, intrarea pe o nouă piață, apelarea la o nouă materie primă - Cunoașterea proceselor și activităților necesare reorganizării unei firme B. Obiective procedurale - Explicarea unor situații concrete specifice managementului strategic - Capacitatea de a pune în conexiune disciplina "Management Strategic" cu alte discipline din domeniul aferent

	▪ Interpretare a situației generale sau specifice în domeniul managementului strategic ▪ Capacitatea de a explica etapele obținerii strategiei <u>C. Obiective atitudinale</u> ▪ Capacitatea de a lucra în echipă ▪ Cultivarea unor atitudini constructive în contextul managementului strategic ▪ Încurajarea unui comportament moral la nivel de parteneriate
--	---

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de lucru	Observații Resurse folosite
1	Strategia și managementul strategic al organizației 1.1. Strategia organizației 1.2. Conceptul de strategiei 1.3. Componentele strategiei	3	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ exemplificarea ▪ exercițiul ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz
2	Determinanții contextuali (exogeni) ai strategiei Determinanții interni (endogeni) ai strategiei	3		
3	Deținătorii de interese și strategia organizației Implicarea deținătorilor de interese în realizarea cu succes a strategiei organizației	3		
4	Managementul strategic al organizației 4.1. Definirea managementului strategic 4.2. Procesul managementului strategic 4.3. Avantaje ale managementului strategic	3		
5	Limite ale managementului strategic	2		
6	Modele specifice managementului strategic 6.1. Modelul G. Hofer și D. Schendel 6.2. Modelul J.A. Pearce II și R.B. Robinson 6.3. Modelul LCAG al școlii de la Harvard	3		
7	Modele specifice managementului strategic 7.1. Modelul K. Andrews 7.2. Modelul M.J. Stahl și D.W. Grisby 7.3. Modelul R. Daft	3		
8	Modele specifice managementului strategic 8.1. Modelul B. Gluck, W. Kaufman, A. Walleck 8.2. Modelul J. Carles 8.3. Modelul P. G. Holland și L. W. Rue	3		
9	Particularități ale utilizării modelelor strategice pentru organizațiile din România Decizii strategice	2		
10	Modele ale procesului de decizie strategică	3		
Bibliografie				
1. CIOCOIU CARMEN NADIA, Managementul riscului. O abordare integrată , Editura A.S.E., București, 2014				
2. CONSTANTINESCU D. A. și colectiv, Management strategic , București, Colecția Națională, 2000				
3. DALOTA MARIUS-DAN, Managementul strategic al firmei , Editura Pro Universitaria, 2016				
4. DOINIȚA CIOCÎRLAN, Managementul strategic , Editura Universitară, 2010.				
5. DUMITRESCU MIHAIL; DUMITRESCU-PECULEA ADELINA - Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane , Editura Economică, București, 2014				
6. STEWART M., Regulile Marthei - 10 reguli esențiale pentru atingerea succesului atunci când începeți, construiți sau administrați o afacere , Editura Curtea Veche, 2007				
7. TELLIER Y., ROVENTA-FRUMUȘANI D., Resurse umane și dezvoltare organizațională				
8. TOMESCU (SINISI) Crenguța Ileana, Managementul strategic - suport de curs pentru învățământul frecvență redusă , Editura Universității din Pitești, 2010				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor și a proiectului	2	- dialogul - dezbateră - lucru în echipă - conversația euristică	Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
2	Locul și rolul strategiei în cadrul firmei	2		
3	Modelul O. Nicolescu. Exemple	2		
4	Modelul S. Oréal. Exemple	2		
5	Modelul A. Desremaux. Exemple	2		
6	Studiu de caz- Strategia în cadrul organizației. Prezentarea primei părți a proiectului.	2		
7	Planul strategic în cadrul organizației. Prezentarea părții a doua a proiectului.	2		
Bibliografie				
1. CONSTANTINESCU D. A. și colectiv, Management strategic , București, Colecția Națională, 2000				
2. DALOTA MARIUS-DAN, Managementul strategic al firmei , Editura Pro Universitaria, 2016				
3. DOINIȚA CIOCÎRLAN, Managementul strategic , Editura Universitară, 2010.				

4. STEWART M., **Regulile Marthei - 10 reguli esențiale pentru atingerea succesului atunci când începeți, construiți sau administrați o afacere**, Editura Curtea Veche, 2007
5. TELLIER Y., ROVENTA-FRUMUȘANI D., **Resurse umane și dezvoltare organizațională**
6. TOMESCU (SINISI) Crenguța Ileana, **Managementul strategic - suport de curs pentru învățământul frecvență redusă**, Editura Universității din Pitești, 2010

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

- Competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările angajatorilor din domeniul managementului
- 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.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare scrisă în timpul semestrului; - Evaluare finală.	20 % 50%
10.5 Seminar	-participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă.	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog. -Prezentarea orală a temei de casă; -Chestionare orală.	20% 10%
10.6 Standard minim de performanță	- Cunoașterea și capacitatea de a aplica pe o firmă principalele modele de management strategic studiate.		

Data completării
15 septembrie 2017

Titular de curs,
Lect. univ. dr. Crenguța Ileana SINISI

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2017

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Logistica, 2017-2018

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	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management/ Economist

2. Date despre disciplină

2.1		Denumirea disciplinei			Logistica							
2.2		Titularul activităților de curs			Lect. univ. dr. Jianu Elena							
2.3		Titularul activităților de seminar			Lect. univ.dr. Tuță Loredana							
2.4		Anul de studii	III	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învă.	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								14
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								20
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								3
3.7	Total ore studiu individual	69						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea elementelor de Management și Marketing, discipline studiate în anul I și a celor de Managementul aprovizionării și vânzării, materie studiată în anul II.
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 2 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 2 PC C.6. Utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe în aplicarea metodelor, tehnicilor și procedurilor manageriale – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu conceptul de logistică
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> - cunoașterea și abordarea într-o viziune sistemică a celor mai importante aspecte privind logistica; - axarea problematicei logisticii pe oportunitatea economică, element specific determinat pentru crearea și dezvoltarea lor; - înțelegerea rolului logisticii în economia de piață <u>B. Obiective procedurale</u> - Însușirea noțiunilor și cunoștințelor necesare înțelegerii mecanismelor și proceselor specifice activității logistice; - dobândirea cunoștințelor necesare înțelegerii relațiilor existente între mecanismele și procesele specifice logisticii și distribuției mărfurilor și celelalte activități desfășurate în cadrul unei firme în scopul realizării unei activități de management eficiente.

	▪ Cunoasterea modului de organizare a activităților de aprovizionare, transport, manipulare și depozitare în cadrul unei firme
	C. Obiective atitudinale ▪ Capacitatea de a lucra în echipă ▪ Cultivarea unor atitudini constructive în contexte organizaționale variate

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Bazele logisticii	2	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ exemplificarea ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
2	Organizarea structurală a aprovizionării	2		
3	Formele de aprovizionare	2		
4	Transporturile de materii prime și material	2		
5	Tipuri de transport	2		
6	Tehnologii moderne de transport	2		
7	Conținutul, rolul și funcțiile distribuției marfurilor	2		
8	Elaborarea unei strategii a canalului de distribuție	2		
9	Funcțiile și amplasarea depozitelor	2		
10	Tipuri de depozite și amenajarea interioară	2		
11	Rolul și factorii stocurilor de marfuri	2		
12	Indicatori și particularități ai gestiunii stocurilor	2		
13	Locul serviciilor în contextul actual	2		
14	Tipologia serviciilor comerciale	2		

Bibliografie

1. Balogh Petru, Logistica și distribuția mărfurilor – note curs format electronic 2011
2. Bălan Carmen, Logistica, Editura Uranus, București, 2006
3. Bărbulescu G., Beizadea E. s.a. – Expertiza calitatii marfurilor de import export, Ed. Muntenia, Constanta, 2007 ;
4. Blythe, Jim, Managementul vânzărilor și al clienților cheie, Editura Codecs, 2005.
5. Chira Robert, *Logistica marfurilor*, Vol. I și Vol. II, Editura Pro Universitaria, 2016
6. GHIANI, G., LAPORTE, G., MUSMANO, R.: Introduction to Logistics Systems Planning and Control, John Wiley & Sons, 2014
7. **Patriche Iulian, Canale de distribuție și logistică, Editura Prouniversitaria, București, 2012**
8. Udrescu M., Popescu-Cruceanu A., *Logistica și subsistemele logistice*, Editura Triatonic, București, 2011
9. Waters, C. D. J.: Logistics : An Introduction To Supply Chain Management, Palgrave Macmillan, 2012

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Formularea problemei decizionale de amplasare. Criterii de amplasare. (2 ore)	2	- dialogul - dezbateră - lucru în echipă - conversația euristică	Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
2	Evaluarea și alegerea furnizorilor	2		
3	Aprovizionarea pe baza de comandă/contract	2		
4	Recepția produselor aprovizionate	2		
5	Particularitățile logisticii transportului de marfuri și modurile de transport	2		
6	Prezentarea bazei logistice și analiza transportului de marfuri	2		
7	Aplicații Transportul intern	2		
8	Distribuția fizică	2		
9	Selecția canalului de distribuție	2		
10	Comercializarea marfurilor în vrac, sortare și grupare a marfurilor în vederea expedierii lor la beneficiari	2		
11	Ambalarea și etichetarea	2		
12	Caracterizarea și evidența stocurilor	2		
13	Organizarea și analiza stocurilor	2		
14	Verificare	2		

Bibliografie:

1. Balogh Petru, Logistica și distribuția mărfurilor – note curs format electronic 2011
2. Bălan Carmen, Logistica, Editura Uranus, București, 2006
3. Blythe, Jim, Managementul vânzărilor și al clienților cheie, Editura Codecs, 2005.
4. Chira Robert, *Logistica marfurilor*, Vol. I și Vol. II, Editura Pro Universitaria, 2016
5. **Patriche Iulian, Canale de distribuție și logistică, Editura Prouniversitaria, București, 2012**
6. Udrescu M., Popescu-Cruceanu A., *Logistica și subsistemele logistice*, Editura Triatonic, București, 2011

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și completitudinea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate;	Evaluare scrisă în timpul semestrului; Evaluare finală.	30 % 10%
10.5 Seminar	-participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă.	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog. -Prezentarea orală a temei de casă; -Chestionare orală.	10% 50%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea noțiunii de logistica, înțelegerea procesului și însușirea principalelor activități specifice logisticii		

Data completării
27 septembrie 2017

Titular de curs,
Lect. univ. dr. Jianu Elena

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
03 octombrie 2017

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Tehnici de vânzare, 2017-2018

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	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management/ Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					Tehnici de vânzare					
2.2	Titularul activităților de curs					Conf. univ. dr. Brutu Mădălina					
2.3	Titularul activităților de seminar					Conf. univ. dr. Brutu Mădălina					
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	2	3.2	din care curs	1	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	28	3.5	din care curs	14	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie								21
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								10
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								10
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	47						
3.8	Total ore pe semestru	75						
3.9	Număr de credite	3						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea elementelor de Management și Marketing, discipline studiate în anul I și a celor de Management al aprovizionării și vânzării, materie studiată în anul II.
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației prin diagnosticare și analiză SWOT – 1 PC C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 1 PC C.6. Utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe în aplicarea metodelor, tehnicilor și procedurilor manageriale – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu procesul de vânzare și cu principalele tehnici de vânzare
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 5. Înțelegerea conceptului de vânzare. 6. Deprinderea procesului de vânzare 7. Cunoașterea tehnicilor promoționale 8. Asumarea corectă a noțiunii de forță de vânzare – managementul operațional al vânzărilor <u>B. Obiective procedurale</u> 8. Corelarea unor experiențe profesionale cu unele teorii din domeniul vânzărilor. 9. Identificarea unor situații concrete de aplicare a tehnicilor de vânzări. 10. Identificarea principalelor strategii de vânzări. <u>C. Obiective atitudinale</u>

	7. Respectarea normelor de deontologie ale profesiilor de agent de vânzare, reprezentat zonal, director de vânzări 8. Cooperarea în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor sarcini de serviciu; 9. Utilizarea unor metode specifice de elaborare a unui plan de dezvoltare personală și profesională
--	---

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Activitatea de vânzare din cadrul organizațiilor: definire, poziționare și rol 1.1. Definirea activității de vânzare 1.2. Poziționarea și rolul activității de vânzare în cadrul activității firmei	2	• prelegerea • conversația euristică • exercițiul • dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
2	Importanța activității de vânzare în determinarea competitivității organizațiilor 2.1. Aspecte generale privind competitivitatea firmei 2.2. Mediul competitiv al organizațiilor	2		
3	Activitatea promoțională - suport al activității de vânzare 3.1. Publicitatea 3.2. Promovarea vânzărilor 3.3. Manifestările promoționale 3.4. Relațiile publice 3.5. Utilizarea mărcilor 3.6. Forțele de vânzare	2		
4	Tipurile de vânzări 4.1. Clasificarea tipurilor de vânzări după Derek Newton 4.2. Clasificarea modernă a tipurilor de vânzări, propusă de mai mulți autori printre care și Donaldson	2		
5	Procesul de vânzare 5.1. Etapele procesului de vânzare 5.2. Prospectarea și pregătirea pentru prezentare 5.3. Inițierea comunicării și identificarea nevoilor 5.4. Prezentarea în scopul vânzării și negocierea și soluționarea obiecțiilor 5.5.Încheierea vânzării (tranzacției)	3		
6	Rolul și obiectivele și structura forțelor de vânzare 6.1. Rolul forțelor de vânzare 6.2. Obiectivele forțelor de vânzare 6.3. Structura forțelor de vânzare	3		
Bibliografie				
15. Baudier M., Coaching-ul agenților de vânzări , Editura CH Beck, București, 2009				
16. Brutu M., Managementul Vânzărilor , Editura Sitech, Craiova, 2009				
17. Brutu M., Tehnici de vânzări – manual universitar pentru învățământ frecvență redusă , Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010				
18. Brutu M., Tehnici de vânzare: fundamente teoretice, teste grilă, aplicații și studii de caz – manual universitar pentru învățământ frecvență redusă , Editura Universității din Pitești, Pitești, 2016				
19. Cambers P., Managementul vânzărilor , Editura Irecson, București, 2010				
20. Draghici C., Managementul vânzării , Editura Sitech, Craiova, 2009				
21. Fox A., Supertehnici de comunicare , Editura Curtea veche, 2014				
22. Mihai D., Brutu M., Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă , Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014				
23. Nelson B., 1001 de moduri de a-ti recompensa angajații , Editura Litera, 2013				
24. Preville Y., Gestiunea forțelor de vânzare , Editura CH Beck., București, 2009				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor de casă	2	- dialogul - dezbateră - lucru în echipa - conversația euristică	Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
2	Locul și rolul activității de vânzare în cadrul firmei	2		
3	Elementele activității de vânzare	2		
4	Tipuri de vânzare	2		
5	Procesul de vânzare	2		
6	Evaluare periodică	2		
7	Prezentare teme casă	2		
Bibliografie				
14. Baudier M., Coaching-ul agenților de vânzări , Editura CH Beck, București, 2009				
15. Brutu M., Managementul Vânzărilor , Editura Sitech, Craiova, 2009				
16. Brutu M., Tehnici de vânzări – manual universitar pentru învățământ frecvență redusă , Editura				

- Universității din Pitești, Pitești, 2010
17. Brutu M., **Tehnici de vânzare: fundamente teoretice, teste grilă, aplicații și studii de caz – manual universitar pentru învățământ frecvență redusă**, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2016
 18. Cambers P., **Managementul vânzărilor**, Editura Irecson, București, 2010
 19. Draghici C., **Managementul vânzării**, Editura Sitech, Craiova, 2009
 20. Fox A., **Supertehnici de comunicare**, Editura Curtea veche, 2014
 21. Mihai D., Brutu M., **Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă**, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014
 22. Nelson B., **1001 de moduri de a-ti recompensa angajații**, Editura Litera, 2013
 23. Preville Y., **Gestiunea forțelor de vânzare**, Editura CH Beck., București, 2009

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare finală.	50%
10.5 Seminar	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea lucrărilor	10% 20% 20%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul vânzărilor 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Tehnici de vânzare" 3. Capacitatea de a aplica achizițiile în simularea unui proces de vânzare		

Data completării
25 septembrie 2017

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
03 octombrie 2017

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Management internațional, 2017-2018

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	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management/ Economist

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei					Management internațional						
2.2 Titularul activităților de curs					Conf. univ. dr. Brutu Mădălina						
2.3 Titularul activităților de seminar					Conf. univ. dr. Brutu Mădălina						
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	A

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învă.	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								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								25
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	69						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea unor elemente de <i>Management și Marketing</i> , discipline studiate în anul I.
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației prin diagnosticare și analiză SWOT – 1 PC C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 1 PC C.4. Identificarea, selectarea și utilizarea modalităților de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare – 1 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 1 PC C.6. Utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe în aplicarea metodelor, tehnicilor și procedurilor manageriale – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu afacerilor internaționale, mai exact cu instrumentele de gestionare și conducere a acestora.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Înțelegerea conceptului de management internațional și delimitarea corectă de managementul comparat. 2. Identificarea mecanismelor de internaționalizare a afacerilor. 3. Crearea de deprinderi în luarea deciziei în context internațional 4. Însușirea modalității de elaborare și implementare a strategiei

	5. Cunoașterea modului de structurare organizatorică a firmelor internaționale. 6. Identificarea specificului în MRU în context internațional 7. Deprinderi în elaborarea unui cod de etică <u>B. Obiective procedurale</u> 1. Corelarea unor experiențe profesionale cu unele teorii manageriale specifice domeniului internațional. 2. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor managementului internațional. 3. Identificarea unor situații concrete de internaționalizare a firmelor. 4. Identificarea principalelor strategii de internaționalizare. <u>C. Obiective atitudinale</u> 1. Respectarea normelor de deontologie ale profesiei de economist 2. Cooperarea în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor sarcini de serviciu; 3. Utilizarea unor metode specifice de elaborare a unui plan de dezvoltare personală și profesională
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	1. Managementului internațional – parte a științei managementului 1.1. Evoluția conceptului management 1.2. Caracteristici esențiale ale științei managementului 1.3. Definirea managementului internațional în context multicultural.	3	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ exemplificarea ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
2	2. Mecanisme și instrumente de planificare în companiile multinaționale 2.1. Componentele planificării strategice 2.1.1. Viziunea și misiune firmei 2.1.2. Obiectivele fundamentale (strategice) 2.1.3. Opțiunile strategice 2.1.4. Resursele 2.1.5. Termenele 2.1.6. Avantajul competitiv 2.2. Analiza SWOT - instrument utilizate în planificarea strategică a companiilor multinaționale 2.2.1. Prezentarea teoretică a analizei SWOT 2.2.2. Implicarea analizei SWOT în planificarea strategică 2.2.3. Procesul de aplicare al analizei	3		
3	3. Soluții de organizare în managementul internațional 3.1. Rolul, importanța și formele de bază ale organizării structurale 3.2. Posibilități de organizare în managementul internațional 3.2.1. Structura organizatorică cu un departament de export 3.2.2. Structura organizatorică cu un departament de relații internaționale 3.2.3. Structura organizatorică globală pe produs 3.2.4. Structura organizatorică globală geografică 3.2.5. Structura organizatorică globală funcțională 3.2.5. Structuri organizatorice globale mixte	3		
4	4. Controlul în companiile multinaționale 4.1. Importanța și rolul controlului în afacerile internaționale 4.2. Etapele procesului de control 4.3. Tipurile de control în afacerile internaționale	3		
5	5. Vânzarea pe piețele internaționale 5.1. Specificul vânzării pe piețele internaționale 5.2. Forme de organizare a activității de vânzare internațională	2		
6	6. Managementul resurselor umane în firme cu activitate internațională - componente și relații, analiza și proiectarea posturilor 6.1. Managementul resurselor umane – componente și relații 6.2. Analiza și proiectarea posturilor	2		
7	7. Managementul resurselor umane în firme cu activitate internațională - recrutarea personalului în cadru internațional 7.1. Recrutarea personalului în cadru internațional	3		
8	8. Managementul resurselor umane în firme cu activitate internațională - pregătirea și perfecționarea resurselor umane - tendințe și orientări înregistrate pe plan internațional 8.1. Pregătirea și perfecționarea resurselor umane - tendințe și orientări înregistrate pe plan internațional	3		
9	9. Managementul resurselor umane în firme cu activitate	3		

	internațională - managementul performanțelor, evaluarea performanțelor 9.1. Managementul performanțelor - evaluarea performanțelor			
10	10. Managementul resurselor umane în firme cu activitate internațională: menținerea și motivarea personalului- viziunea internațională 10.1. Menținerea și motivarea personalului- viziunea internațională	3		
Bibliografie - Androniceanu A., Management public internațional, Editura Universitară, București, 2010 - Brătianu Constantin, Gândire strategică, Editura Pro Universitaria, București, 2015 - Brutu M., Management internațional – manual universitar pentru învățământ cu frecvență redusă, (suport electronic), 2016 - Burduș E., Management compartat internațional., Editura Pro Universitaria, București, 2012 - Filip R., Iamandi I.E., Management internațional, suport de curs, ASE, 2012 - Manolescu Aurel, Lefter Viorel, Deaconu Alecsandrina, Marinaș Cristian-Virgil, Managementul resurselor umane, Editura Pro Universitaria 2012 - Mihai D., Brutu M., Management – Fundamente teoretice. Teste grilă. Aplicații manual universitar destinat învățământului cu frecvență redusă, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014 - Mihai D., Brutu M., Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014 - Petrache I., Managementul tranzacțiilor comerciale, Editura Universitară, 2008 - Popa I., Management internațional, Editura Economică, București, 2009 - Popa I., Tehnica operațiunilor de comerț, Editura Economică, 2011 - Richard Branson, Afacerile pentru oameni, Editura Publica, 2012 - Sinek Simon, Liderii mănâncă ultimii: de ce unele echipe lucrează bine împreună, iar altele nu, trad.: Gabriel Crețu, Ed. Publica, București, 2014				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor și a referatelor	2	- dialogul - dezbateri lucru în echipă - conversația euristică	Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
2	Global versus național	2		
3	Modalități practice de internaționalizare a afacerilor	4		
4	Model de elaborare și implementare al strategiei în afacerile internaționale	4		
5	Decizia în managementul internațional. Soluții de optimizare.	4		
6	Analiza structurilor organizatorice ale diferitelor companii multinaționale	4		
7	Tipuri de control în managementul internațional	2		
8	Particularități ale managementului resurselor umane în context internațional	4		
9	Evaluare finală	2		
Bibliografie - Androniceanu A., Management public internațional, Editura Universitară, București, 2010 - Brătianu Constantin, Gândire strategică, Editura Pro Universitaria, București, 2015 - Brutu M., Antoniu E. Managementul afacerilor internaționale-teste grilă, Editura Sitech, Craiova, 2008 - Brutu M., Management internațional – manual universitar pentru învățământ cu frecvență redusă, (suport electronic), 2016 - Canfield Jack, Principiile succesului, ACT și Publirom, 2015 - Filip R., Iamandi I.E., Management internațional, suport de curs, ASE, 2012 - Kotter Jhon P., Matusushita Leadership, Publica 2015 - Kouzes James M., Posner Barrz Y., Adevărul despre leadership, BMI Consulting Grup, 2016 - Linda A. Hill, Kent Lineback, Excelența în management, Litera, 2015 - Mihai D., Brutu M., Management – Fundamente teoretice. Teste grilă. Aplicații, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014 - Mihai D., Brutu M., Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014 - Petrache I., Managementul tranzacțiilor comerciale, Editura Universitară, 2008 - Popa I., Management internațional, Editura Economică, București, 2009 - Popa I., Tehnica operațiunilor de comerț, Editura Economică, București, 2011 - Richard Branson, Afacerile pentru oameni, Editura Publica, București, 2012 - Sinek Simon, Liderii mănâncă ultimii: de ce unele echipe lucrează bine împreună, iar altele nu, trad.: Gabriel Crețu, Ed. Publica, București, 2014				

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare finală.	10 %
10.5 Seminar	- participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă. - corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog. - Prezentarea orală a temei de casă; - Chestionare orală. - Evaluare scrisă în timpul semestrului;	30% 30% 30%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul managementului internațional 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Management internațional" 3. Capacitatea de a aplica achizițiile în simularea unui proces decizional specific managementului internațional		

Data completării
28 septembrie 2017

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
03 octombrie 2017

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Analiză diagnostic și evaluarea întreprinderii, 2017-2018

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	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management/ Economist

2. Date despre disciplină

2.1		Denumirea disciplinei		Analiză diagnostic și evaluarea întreprinderii											
2.2		Titularul activităților de curs		Lect. univ. dr. Bănuță Mariana											
2.3		Titularul activităților de seminar		Lect. univ. dr. Bănuță Mariana											
2.4		Anul de studii	III	2.5		Semestrul	2	2.6		Tipul de evaluare	E	2.7		Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	2	3.2	din care curs	1	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	28	3.5	din care curs	14	3.6	S / L / P	14

Distribuția fondului de timp alocat studiului individual

Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								ore
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								14
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								1
3.7	Total ore studiu individual	47						
3.8	Total ore pe semestru	75						
3.9	Număr de credite	3						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunpașterea noțiunilor economice fundamentale studiate în anii anteriori de studiu la disciplinele: Microeconomie, Bazele contabilității, Matematică aplicată în economie, Elemente de drept, Statistică economică, Bazele contabilității
4.2	De competențe	• Capacitatea de înțelegere și utilizare a limbajului domeniului de studiu și fundamental:concepte, principii metode,modele și teorii • Capacitatea de analiză, sinteză și interpretare a informației • Capacitatea de gândire inductivă și deductivă, pragmatică și aplicativă, gândirea asociativă și inferențială

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației prin diagnosticare și analiză SWOT – 1 PC C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 1 PC C.4. Identificarea, selectarea și utilizarea modalităților de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul general al disciplinei „Analiza diagnostic și evaluarea întreprinderii”este de a forma specialiști în domeniul Management, cu solide cunoștințe în domeniul analizei diagnostic și al evaluării întreprinderii.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Cunoașterea și înțelegerea conceptelor analizei-diagnostic și evaluării întreprinderii; 2. Operarea cu conceptele și pătrunderea sensului principiilor fundamentale ale analizei-diagnostic și ale evaluării întreprinderii; 3. Explicarea și interpretarea corectă a rolului și obiectului de studiu al analizei-diagnostic și evaluării întreprinderii, identificarea și valorificarea metodelor specifice de evaluare;

	4. Definirea și descrierea conceptelor, procedeele și metodelor folosite în analiza-diagnostic și în evaluarea întreprinderii și a factorilor economici, sociali și legislativi care influențează procesul de evaluare; 5. Identificarea și descrierea abordărilor utilizate în evaluare și a metodelor înscrise în fiecare abordare. <u>B. Obiective procedurale</u> 1. Aplicarea unor principii și metode de evaluare pentru rezolvarea de probleme/situații bine definite; 2. Utilizarea adecvată de criterii și metode standard de analiză-diagnostic și evaluare a întreprinderii; 3. Identificarea unor situații concrete de aplicare a metodelor de analiză-diagnostic și de evaluare a întreprinderii, care să permită viitorului licențiat în științe economice să analizeze prompt și să ia decizii sintetice și corecte referitoare la evaluarea diferitelor elemente patrimoniale ale întreprinderii sau a entității în ansamblul ei; 4. Elaborarea unor teme de casă profesionale cu utilizarea unor noțiuni, principii, metode consacrate în domeniul analizei-diagnostic și al evaluării întreprinderii. <u>C. Obiective atitudinale</u> 1. Respectarea normelor de etică și deontologie profesională specifice analiștilor financiari, managerilor și evaluatorilor autorizați; 2. Familiarizarea cu rolurile specifice din rețeaua unei echipe și cooperarea în activitățile specifice sau munca în echipă pentru rezolvarea diferitelor teme de casă și referate; 3. Utilizarea unor metode specifice de elaborare a unui plan de dezvoltare personală și profesională, alături de conștientizarea nevoii de formare continuă care să includă evaluarea întreprinderii.
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Concepte și fundamente metodologice privind activitatea de evaluare a întreprinderii Importanța și necesitatea evaluării întreprinderii Organizațiile profesionale Standarde profesionale și etice	2		
2	Procesul de evaluare. Faze și etape în realizarea unei evaluări de întreprindere Misiunea evaluatorului Ofertarea serviciului de evaluare Contractarea evaluării Execuția Organizarea activității de evaluare	2		
3	Aspecte metodologice ale evaluării Abordări și metode de evaluare Principii de evaluare a întreprinderii	3	- prelegerea - exemplificarea	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i>
4	Diagnosticul întreprinderii-etapă premergătoare în evaluare Diagnosticul juridic Diagnosticul comercial Diagnosticul resurselor umane Diagnosticul financiar Diagnosticul tehnic	3	- organizatorul grafic - exercițiul	- Prezentări în power-point - Studii de caz
5	Abordarea prin piață Esența abordării Avantajele și dezavantajele abordării prin comparație Definirea și alegerea multiplicatorilor Procesul de evaluare prin comparație	2		
6	Abordarea bazată pe venit Esența abordării Metoda cash-flow-ului net actualizat-CFN _{act} Metoda capitalizării venitului	2		

Bibliografie

1. Ion Anghel (coordonator), Mihaela Oancea Negescu, Adrian Anica Popa, Ana Maria Popescu -*Evaluarea întreprinderii*, Editura Economică, București, 2010
2. Bănuță Mariana, *Analiza diagnostic și evaluarea întreprinderii - suport de curs pentru învățământul frecvență redusă* (pe suport electronic), 2016
3. Sorin V. Stan, Ion Anghel (coordonatori) - *Evaluarea întreprinderii*, Ediția a VIII-a revizuită, Editura Iroval, București, 2016
4. Shannon P. Pratt- *Abordarea prin piață a evaluării întreprinderilor*, traducere, Editura Iroval, 2008
5. Marin Toma -*Inițiere în evaluarea întreprinderilor*, Editura CECCAR, București, 2009
6. ANEVAR- *Standarde de evaluare a bunurilor*, București, 2016
7. ANEVAR- *Standarde de Evaluare*, ediția 2015, București, 2015

8. ANEVAR- Ghiduri de evaluare.Ghiduri metodologice de evaluare, București, 2012				
9. www.anevar.ro				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, prezentarea temei referatului și a structurii acestuia Întreprinderea ca obiect al evaluării. Factori determinanți ai valorii întreprinderii și influența acestora	2	- dialog - exercițiu - studiu de caz - testare	În cadrul primei întâlniri se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile utilizate în evaluarea rezultatelor învățării. La rezolvarea studiilor de caz se vor utiliza minicalculatoare. La jumătatea semestrului se va susține un test de verificare.
2	Valoarea în timp a banilor Valoarea viitoare Valoarea actuală Valoarea actualizată a unui șir de anuități Capitalizarea Costul nominal și costul efectiv al capitalului	2		
3	Diagnosticul comercial - aplicații Analiza cotelor de piață ale firmelor, cotei de piață pentru fiecare produs, Analiza gestiunii clienților Analiza gestiunii furnizorilor Testare	3		
4	Diagnosticul financiar- aplicații Analiza lichidității și solvabilității întreprinderii	2		
5	Abordarea pe bază de venituri- aplicații Exemplu simplificat de evaluare a unei întreprinderi, prin metoda capitalizării profitului net	2		
6	Abordarea prin cost-aplicații Evaluarea terenurilor Evaluarea creanțelor și disponibilităților bănești	3		
Bibliografie				
1. Ion Anghel (coordonator), Mihaela Oancea Negescu, Adrian Anica Popa, Ana Maria Popescu - <i>Evaluarea întreprinderii</i> , Editura Economică, București, 2010				
2. Bănuță Mariana, <i>Analiza diagnostic și evaluarea întreprinderii - suport de curs pentru învățământul frecvență redusă</i> (pe suport electronic), 2016				
3. Sorin V. Stan, Ion Anghel (coordonatori) - <i>Evaluarea întreprinderii</i> , Ediția a VIII-a revizuită, Editura Iroval, București, 2016				
4. Shannon P. Pratt- <i>Abordarea prin piață a evaluării întreprinderilor</i> , traducere, Editura Iroval, 2008				
5. Marin Toma - <i>Inițiere în evaluarea întreprinderilor</i> , Editura CECCAR, București, 2009				
6. ANEVAR- <i>Standarde de evaluare a bunurilor</i> , București, 2016				
7. ANEVAR- <i>Standarde de Evaluare</i> , ediția 2015, București, 2015				
8. ANEVAR- <i>Ghiduri de evaluare.Ghiduri metodologice de evaluare</i> , București, 2012				
9. www.anevar.ro				

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

Înșușirea limbajului, standardelor, principiilor, metodelor/tehnicilor de analiza-diagnostic și de evaluare a întreprinderii, specifice acestei discipline, vor satisface așteptările reprezentanților comunității epistemice / academice din domeniul economic.

Competențele procedurale și atitudinale ce vor fi deprinse la nivelul activității practice din seminar și din studiul tematicii de casă la nivelul disciplinei „Analiza-diagnostic și evaluarea întreprinderii” vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale (ANEVAR, CECCAR, CAFR) și angajatorilor din domeniul economic/administrativ.

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate;	Probă scrisă: calitatea, rigoarea, sinteza și coerența tratării subiectului teoretic abordabil în manieră explicativ-argumentativă (50%) + 2 subiecte aplicative de analiză diagnostic și evaluare	50 %

		întreprinderii (50%)	
10.5 Seminar	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminar. • Referat – se va întocmi individual un referat cu tematica comunicată de către cadrul didactic titular. Se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Expunerea liberă a studentului, rezolvarea unor aplicații la tablă și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Corectarea referatului și răspunsurile studentului la întrebările referitoare la tema referatului	20% 10% 20%
10.6 Standard minim de performanță	Comunicarea în limbaj specific, însușit corect și capacitatea de a opera cu metode și tehnici de lucru caracteristice disciplinei studiate)		

Data completării
27 septembrie 2017

Titular de curs,
Lect. univ. dr. Bănuță Mariana

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Bănuță Mariana

Data aprobării în Consiliul departamentului,
03 octombrie 2017

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

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

FIȘA DISCIPLINEI

Simulări și proiecte de management, 2017-2018

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 - Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management / Economist

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Simulări și proiecte de management					
2.2	Titularul activităților de curs					Conf. univ. dr. Grădinaru Puiu					
2.3	Titularul activităților de proiect					Lect. univ. dr. Antoniu Maria-Eliza					
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	1	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care curs	14	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								10
Pregătire proiecte, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutoriat								2
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	58						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea elementelor de Management, disciplină studiată în anul I și a celor de Managementul serviciilor, materie studiată în anul III
4.2	De competențe	• Capacitatea de analiză și sinteză • Capacitatea de înțelegere și utilizare a limbajului economic • Capacitatea de a utiliza inducția și deducția • Capacitatea de structurare și interpretare a informației • Capacitatea de gândire pragmatică și aplicativă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu videoproiector - Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a proiectului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Susținerea testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației prin diagnosticare și analiză SWOT – 1 PC C.3. Elaborarea și implementarea sistemului managerial și a subsistemelor sale (alocare și realocare de resurse și activități) – 1 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 1 PC C.6. Utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe în aplicarea metodelor, tehnicilor și procedurilor manageriale – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Dezvoltarea capacității cursanților de a diagnostica situații economice și manageriale cu caracter concurențial, de a fundamenta și implementa decizii strategice și tactice
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive - Identificarea tipurilor de raționamente în procesul de luare a deciziilor - Operarea cu modelul de analiză diagnostic - Utilizarea analizei SWOT în definirea poziției strategice a companiilor - Selectarea informațiilor relevante pentru tabloul de bord strategic, ca atribut al managementului performant - Definirea corectă a obiectului de studiu al disciplinei Simulări și proiecte de management și stabilirea relațiilor pe care aceasta le are cu alte științe economice B. Obiective procedurale - Elaborarea unui proiect managerial în echipă la nivel de firmă și componentele sale - Identificarea unor situații concrete de aplicare a simulărilor de management în analiza și cercetarea fenomenului real - Folosirea teoriilor pedagogice pentru elaborarea unui stil de învățare eficient - Utilizarea unor metode de autoevaluare a propriei activități de învățare C. Obiective atitudinale - Respectarea normelor de deontologie profesională (a codului deontologic al profesorului), fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în științele economice - Cooperarea în echipe de lucru pentru întocmirea temelor de casă; - Utilizarea unor metode specifice de elaborare a unui plan de dezvoltare personală și profesională

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Procesul decizional 1.1 Structura procesului decizional 1.2 Considerații teoretice asupra deciziilor 1.3 Concepte privind tipurile de raționamente în procesele de luare a deciziilor 1.4 Breviar statistic minimal pentru evaluarea stabilității mărimilor economice 1.5 Importanța evaluării dinamicii cifrei de afaceri în procesul de luare a deciziilor	2		
2	Managementul informației – fundament în procesul de luare a deciziilor manageriale 2.1 Selecția informațiilor. Sistemul informațional de management 2.2 Îmbunătățirea managementului informațiilor din organizație 2.3 Tabloul de bord – suport în procesul de luare a deciziilor	1		
3	Principalele orientări decizionale în cadrul întreprinderii 3.1 Modelul firmei 3.2 Structura contului de profit și pierdere 3.3 Flexibilitatea exploatarei, condiție esențială de menținere pe piață a întreprinderilor	1		
4	Riscuri manageriale majore pentru companiile românești 4.1 Riscuri derivate din decizii manageriale referitoare la politicile salariale 4.2 Riscuri derivate din decizii manageriale referitoare la securitatea financiară a firmei 4.3 Funcția – scor decizională referitoare la riscurile majore manageriale pentru companiile românești	1		
5	Diagnosticarea firmei 5.1 Locul diagnosticării în management 5.2 Modelul de analiză diagnostic MEREUȚĂ	2		
6	Schimbările organizaționale din perspectivă decizională 6.1 Conceptul de schimbare. Tipologia schimbărilor 6.2 Factorii care influențează atitudinea individuală față de schimbări 6.3 Abordarea metodică a schimbării 6.4 Idei – cheie în managementul schimbării 6.5 Planul SCONLON	1		
7	Simularea stochastică cu tehnica Monte Carlo 7.1 Conceptul de simulare 7.2 Metoda de simulare MONTE CARLO	2		

8	Piețele din perspectivă decizională 9.1 Analiza concurenței 9.2 Poziția strategică a companiei 9.3 Sistemul informațional de marketing (SIM) 9.4 Ciclul de viață al produsului. Politicile de preț	2		
9	Managementul concurențial 10.1 Conceptele de bază în managementul concurențial 10.2 Diagnosticul în medii concurențiale	2		

Bibliografie

1. Barbu, Gh., Miroiu, M. – **Tehnici de simulare**, EduManager, 2012
2. Burduș, E., Popa, I. – **Management. Teste. Probleme. Exerciții. Studii de caz. Grile de evaluare**, Editura PROUniversitaria, București, 2013
3. Căprărescu, Gh. – **Fundamentarea strategiei microeconomice**, Editura Universitară, București, 2006
4. Cârstea, Gh. (coord.) – **Analiza strategică a mediului concurențial**, Editura Economică, București, 2012
5. Grădinaru, D., Grădinaru, P. – **Management. Abordare din perspectiva teoriei sistemelor. Teorie și modelare**, Editura Carminis, Pitești, 2014
6. Grădinaru, P. – **Simulări și proiecte de management, Suport de curs în format IFR**, 2016
7. Grădinaru, P. – **Simulări și proiecte de management. Manual universitar pentru IFR**, Editura Universității din Pitești, 2010
8. Lencioni, P. – **Cinci tentații ale unui CEO. O poveste despre leadership**, Editura Litera, București, 2015
9. Luban, Fl. – **Simulări în afaceri**, Editura ASE, București, 2010
10. Luban, Fl. – **Sisteme bazate pe cunoștințe în management**, Editura ASE, București, 2011
11. Nicolescu, O., Verboncu, I. – **Metodologii manageriale**, Editura Universitară, București, 2008
12. Rațiu-Suciu, C., Luban, Fl., Hincu, D., Ene, N. – **Modelare economică aplicată: 50 studii de caz, 525 teste**, Editura Economică, București
13. Rațiu-Suciu, C., Luban, Fl., Hincu, D., Ene, N. – **Modelarea și simularea proceselor economice**, Biblioteca digitală, ASE
14. Toma, V. – **Simulări și proiecte de management**, Editura Tehnopress, București, 2014

8.2. Aplicații: Proiect		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea proiectelor	2	Problematizare -Dezbateri -Lucrul în grup -Conversația -Abordarea euristică	Studii de caz, prezentare proiect, teste de verificare Aplicații
2	Culegerea, înregistrarea, interpretarea datelor și informațiilor la nivelul firmei	2		
3	Documentarea preliminară - Caracteristicile tipologice ale firmei investigate - Situația economico-financiară a firmei - Întocmirea și utilizarea tabloului de bord al managerului - Sistemul de management-particularități constructive și funcționale	2		
4	Analiza viabilității economice și manageriale - Analiza viabilității economice - Analiza viabilității manageriale - Analiza flexibilității exploatarei - Analiza riscurilor manageriale majore	4		
5	Evidențierea cauzală a principalelor puncte forte și slabe - Sinteză punctelor forte - Sinteză punctelor slabe	2		
6	Determinarea potențialului de viabilitate economică și managerială - Modelul de analiză diagnostic MEREUȚĂ - Diagnosticul în mediu concurențial	2		
7	Simularea cererii produselor companiei pe o perioadă de 30 de zile cu ajutorul tehnicii Monte Carlo	4		
8	Modelarea managerială a sistemului firmă pe fluxurile de personal, utilaje, materiale, energie și bani	4		
9	Analiza pieței firmei - Evaluarea dinamicii cifrei de afaceri - Analiza concurenței și a poziției strategice a companiei	2		
10	Recomandări strategico – tactice de amplificare a potențialului de viabilitate - domeniul tehnic și tehnologic - domeniul producției - domeniul comercial - domeniul economic - domeniul managerial - schimbări organizaționale care se impun	4		

Bibliografie

1. Andronie, M., Gherasim, Z., Fusaru, D. - **Simulări și proiecte de management**, Editura Fundația României de Măine, București, 2012
2. Andronie, M., Gherasim, Z., Fusaru, D.- **Sisteme informatice pentru asistarea deciziei economice**, Editura Fundația României de Măine, București, 2013
3. Ghenea, M. – **Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri**, SC Universul juridic SRL, 2014
4. Grădinaru, P. – **Simulări și proiecte de management. Manual universitar pentru IFR**, Editura Universității din Pitești, 2010
5. Nasar, S. – **Geniul economic. Extraordinara poveste a geniilor care au fondat economia modernă**, Editura ALL, București, 2014
6. Onete, B., Bob, C. – **Sisteme informatice pentru afaceri. Aplicații Excel 2007**, Editura ASE, București, 2010
7. Radu, I., Vlădeanu, D. - **Fundamentarea deciziilor complexe prin metode de simulare**, Editura Economică, București, 2012
8. Rațiu-Suciu, C. – **Modelare și simulare economică. Breviar**, Editura Economică, București, 2011
9. Rațiu-Suciu, C.(coord.) – **Modelarea și simularea proceselor economice - Sinteza**, Biblioteca digitală, ASE
10. Rațiu-Suciu, C. – **Modelarea și simularea proceselor economice. Teorie și practică. Ediția a patra**, Editura Economică, București, 2010

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate;	- Evaluare finală.	50 %
10.5 Seminar/ Proiect	• Evaluare periodică	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog.	20%
	• Proiect - se vor rezolva aplicații propuse de cadrul didactic referitoare la diagnosticarea firmei. Se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	- Prezentarea orală a proiectului -Chestionare orală	30%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul simulărilor manageriale 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Simulări și proiecte de management" 3. Capacitatea de a interpreta potențialul de viabilitate economică și managerială la nivelul firmei 4. După parcurgerea disciplinei, studentul trebuie să: - Explice și să demonstreze căile de creșterea flexibilității exploatarei; - Stabilească poziția strategică a companiei; - Interpreteze structura concurenței calculând indicatorul GINI.		

Data completării
24 septembrie 2017

Titular de curs,
Conf. univ. dr. Puiu Grădinaru

Titular de seminar/proiect,
Lect. univ. dr. Antoniu Maria-Eliza

Data aprobării în Consiliul departamentului,
03 octombrie 2017

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Managementul resurselor umane, 2017-2018

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	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management/ Economist

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Managementul resurselor umane					
2.2	Titularul activităților de curs					Conf. univ. dr. Secară Carmen Gabriela					
2.3	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Antoniu Maria-Eliza					
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	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								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutorat								3
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	83						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 1 PC C.3. Elaborarea și implementarea sistemului managerial și a subsistemelor sale (alocare și realocare de resurse și activități) – 1 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 1 PC
Competențe transversale	CT2. Cooperarea eficientă în echipe de lucru profesionale, interdisciplinare, specifice desfășurării proiectelor și programelor din domeniul științelor economice – 1 PC CT3. Utilizarea metodelor și tehnicilor eficiente de învățare pe tot parcursul vieții, în vedere formării și dezvoltării profesionale continue – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

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

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Conceptul și evoluția de resurse umane. Modele în managementul resurselor umane	4	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz
2	Rolul și particularitățile resurselor umane în cadrul organizației	4		
3	Strategii și politici în domeniul managementului resurselor umane	2		
4	Analiza și proiectarea posturilor	4		
5	Planificarea resurselor umane	2		
6	Recrutarea și selecția resurselor umane	4		
7	Remunerarea personalului	2		
8	Managementul carierei	4		
9	Evaluarea performanțelor	2		
Bibliografie: 1. Cristian Virgil Marinaș, Irinel Marin, Elvira Nica, Ana Bogdan, Viorel Lefter (coord.), Alexandrina Deaconu (coord), Aurel Manolescu (coord) – <i>Managementul resurselor umane</i>, Ed. ProUniversitaria, București, 2013 2. Cole, G. A. – <i>Managementul personalului</i>, Editura CODECS, București, 2000 3. Dragomir, Gh., Vărzaru, M., Șchiopoiu – Burlea, A., - <i>Managementul resurselor umane</i>, Editura Universitaria, Craiova, 2010 4. Marin, I., - <i>Auditul resurselor umane</i>, Editura Economică, București, 2011 5. Secară, C., - <i>Managementul carierei în administrația publică din România</i>, Editura SITECH, Craiova, 2009 6. Secară Carmen - <i>Tendențe și practică în domeniul managementului resurselor umane</i>, Editura Sitech, Craiova, 2014 7. Secară Carmen - <i>Tendențe în managementul resurselor umane</i>, Editura Sitech, Craiova, 2013 8. Secară, C., - <i>Managementul resurselor umane – manual destinat studenților I.F.R., suport electronic</i>, 2016 9. <i>Codul muncii</i>, 2012				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor și a referatelor	2	- dialogul - dezbateră - lucru în echipă - simulare de interviu	- Materialului didactic este divizat în unități de studiu, care facilitează învățarea graduală și structurată.
2	Definirea și particularitățile managementului resurselor umane ➤ Exemple de activități ale departamentului de Resurse Umane într-o organizație; ➤ Teste-grilă de verificare a cunoștințelor	2		
3	Activități specifice departamentului de Resurse Umane în activitățile de comerț, turism și servicii	2		
4	Tipuri de strategii în domeniul resurselor umane ➤ Principalele cerințe ale politicilor din domeniul resurselor umane ➤ Elaborarea și implementarea politicilor din domeniul resurselor umane ➤ Teste-grilă de verificare a cunoștințelor	2		
5	Modele de proiectare a posturilor ➤ Abordări și metode ale definirii sau proiectării posturilor ➤ Proiectarea posturilor în cadrul S. C..... ➤ Teste-grilă de verificare a cunoștințelor	2		
6	Modele de planificare a resurselor umane	2		

	➤ Planificarea resurselor umane la S.C. Muntenia S.A.. ➤ Studiu de caz ➤ Teste - grilă de verificare a cunoștințelor			
7	Recrutarea și selecția resurselor umane ➤ Redactarea unui curriculum – vitae ➤ Redactarea scrisorii de intenție / motivare ➤ Prezentarea la interviul pentru angajare	2		
Bibliografie: 1. Armstrong, M., - <i>Managementul resurselor umane (manual de practică)</i>, Editura Codecs, 2003 2. Cristian Virgil Marinaș, Irinel Marin, Elvira Nica, Ana Bogdan, Viorel Lefter (coord.), Alexandrina Deaconu (coord), Aurel Manolescu (coord) – <i>Managementul resurselor umane</i>, Ed. ProUniversitaria, București, 2013 3. Dragomir, Gh., Vărzaru, M., Șchiopoiu-Burlea, A. – <i>Managementul resurselor umane</i>, Editura Universitaria, Craiova, 2010 4. Marin, I. – <i>Auditul resurselor umane</i>, Editura Economică, București, 2011 5. Secară, Carmen – <i>Managementul carierei în administrația publică din România</i>, Editura SITECH, Craiova, 2009 6. Secară Carmen – <i>Tendențe și practică în domeniul managementului resurselor umane</i>, Editura Sitech, Craiova, 2014 7. Secară Carmen – <i>Tendențe în managementul resurselor umane</i>, Editura Sitech, Craiova, 2013 8. Secară, C., - <i>Managementul resurselor umane – manual destinat studenților I.F.R., suport electronic</i>, 2016 9. <i>Codul muncii, 2012</i>				

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

• Competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările angajatorilor din domeniul resurselor umane • Întâlniri periodice cu angajatorii în scopul corelării conținutului disciplinei și metodelor de predare cu așteptările acestora Notă: Universitate din Pitești evaluează periodic gradul de satisfacție al reprezentanților angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenți.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore): calitatea, rigoarea, sinteza și coerența tratării subiectului teoretic abordabil în manieră explicativ-argumentativă (30%) + 1 subiect cu răspunsuri multiple (tip grilă) format din 10 întrebări (40%) + 1 subiect aplicativ de analiză a unui concept din domeniul resurselor umane (30%)	50%
10.5 Seminar	-participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Corectarea temei și chestionare orală	20% 20% 10%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul managementului resurselor umane. 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Managementul resurselor umane". 3. Capacitatea de a interpreta dinamica resurselor umane.		

Data completării
26 septembrie 2017

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

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Antoniu Maria-Eliza

Data aprobării în Consiliul departamentului,
03 octombrie 2017

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Comunicare și negociere în afaceri, 2017-2018

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	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management/ Economist

2. Date despre disciplină

2.1		Denumirea disciplinei			Comunicare și negociere în afaceri							
2.2		Titularul activităților de curs			Lect. univ. dr. Stanciu-Tolea Claudia							
2.3		Titularul activităților de seminar			Lect. univ. dr. Stanciu-Tolea Claudia							
2.4		Anul de studii	III	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

c. 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 învă.	42	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								28
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								3
3.7	Total ore studiu individual	83						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea elementelor de management și marketing, discipline studiate în anul I
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu videoproector
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii/laboratoare proiecte - Respectarea termenelor de predare a temei de casă/proiectului

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 1 PC C.4. Identificarea, selectarea și utilizarea modalităților de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare – 1 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 1 PC
Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor și a normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în științele economice – 1 PC CT2. Cooperarea eficientă în echipe de lucru profesionale, interdisciplinare, specifice desfășurării proiectelor și programelor din domeniul științelor economice – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Înțelegerea conceptelor de comunicare și negociere și a importanței utilizării corecte a lor în orice afacere; - Dobândirea de către studenți a abilităților de comunicare privind redarea, analiza și interpretarea mesajelor, a capacității de a cere, a refuza, a primi și a oferi un feedback constructiv, formulând mesajul optim și alegând canalul de comunicare cel mai eficient; - Însușirea cunoștințelor esențiale și necesare elaborării strategiilor de comunicare și negociere în afaceri; - Utilizarea corectă a tehnicilor de negociere în funcție de parteneri și de stilul de negociere abordat de aceștia.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive - Înțelegerea sensurilor de comunicare și negociere și sublinierea importanței comunicării în negociere; - Cunoașterea sistemului afacerilor, pornind de la un plan, înțelegerea mecanismului negocierilor; - Înțelegerea tehnicilor de negociere prin comunicare;

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Comunicarea interumană eficientă	2	▪ prelegerea ▪ dialogul ▪ conversația euristică ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz
2	Comunicarea organizațională. Obiectivele și funcțiile comunicării	2		
3	Comunicarea cu clientul	3		
4	Tipologia clienților. Tipuri comportamentale în afaceri	3		
5	Parteneriat și anteprenoriat	3		
6	Negociere, manipulare și persuasiune	3		
7	Tehnici și tactici de negociere	3		
8	Aspecte generale referitoare la negociere – caracteristici și etape	3		
9	Uzanțe și protocol în negociere	3		
10	Contractul comercial – rezultat al negocierii	3		
Bibliografie				
25. Belch E. George, Michael A. Belch, Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, 10th Edition 10th Edition, McGraw-Hill, 2014				
26. Balaban Delia Cristina, Hosu Ioan, Mucundorfeanu Meda, PR Trend. Development and Trends in Communication, Mittweida Hochschulverg, Germany, 2013				
27. Cmeciu Camelia – Tendințe actuale în campaniile de relații publice, Editura Polirom, 2013				
28. Dortier Jean-Francois, Cabin Philippe; traducător Luminița Roșca, Romina Surugiu, Comunicarea. Perspective actuale, Editura Polirom, Iași, 2010				
29. Egan John, Marketing Communications, Second Edition, SAGE Publications Ltd, 2014				
30. Fisher – Buttinger Claudia, Vallaster Christine – Noul branding: cum să construiești capitalul unei mărci, Editura Polirom, 2011				
31. Green Andy – Comunicarea eficientă în relațiile publice. Crearea mesajelor și relațiilor sociale, Editura Polirom, 2009				
32. Hackley Chris, Rungpaka Amy Hackley, Advertising and Promotion, Third Edition, SAGE Publications Ltd, 2014				
33. Marinescu Valentina, Cercetarea în comunicare. Metode și tehnici, Editura CH Beck, București, 2009				
34. Mucchielli Alex – Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare, Editura Polirom, 2015				
35. Pringle Hamish, Field Peter– Strategii pentru brandingul de succes. Notorietatea și longevitatea unei mărci, Editura Polirom, 2011				
36. Prutianu Ștefan, Tratat comunicare și negociere în afaceri, Editura Polirom, Iași, 2008				
37. Secară Carmen, Comunicare și negociere comercială internațională – curs universitar - , Editura Sitech, Craiova, 2011				
38. Stanciu Tolea Claudia, Comunicare și negociere comercială – curs universitar destinat studenților I.F.R., suport electronic, 2016				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor și a referatelor	2	- dialogul - dezbateră - lucru în echipă - conversația euristică	Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
2	Rolul și importanța comunicării. Reguli de bază ale comunicării. Perturbații în comunicare.	3		
3	Funcțiile comunicării și particularitățile comunicării în afaceri.	2		

	Etica comunicării în afaceri.			
4	Deprinderile comunicării în afaceri. Deprinderi în recepționarea mesajelor. Deprinderi de interpretarea mesajelor. Deprinderi de redarea mesajelor.	2		
5	Tehnici de comunicare. Ascultarea. Înregistrarea și tratarea informațiilor. Întrebările. Relansările. Discuția normală.	3		
6	Pregătirea dosarului negocierii. Strategii de negociere.	2		
Bibliografie 24. Egan John, Marketing Communications, Second Edition, SAGE Publications Ltd, 2014 25. Hackley Chris, Rungpaka Amy Hackley , Advertising and Promotion, Third Edition, SAGE Publications Ltd, 2014 26. Hamish Pringle, Peter Field – Strategii pentru brandingul de succes. Notorietatea și longevitatea unei mărci, Editura Polirom, 2011 27. Marinescu Valentina, Cercetarea în comunicare. Metode și tehnici, Editura CH Beck, București, 2009 28. Mucchielli Alex – Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare, Editura Polirom, 2015 29. Popa Ioan, Negocierea comercială internațională, Editura Economică, 2009 30. Rujoiu Marian, Biblia negociatorului, Editura Vidia, 2011 31. Secară Carmen, Comunicare și negociere comercială internațională – curs universitar - , Editura Sitech, Craiova, 2011 32. Stark Peter, Flaherty Jane, Ghid practic de negociere, Editura Amaltea, 2010 33. Stanciu Tolea Claudia, Comunicare și negociere comercială – curs universitar destinat studenților I.F.R., suport electronic, 2016				

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare finală (scris).	50%
10.5 Seminar	-participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz;	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog.	20%
	- gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă și a proiectului	-Prezentarea orală a temei de casă; -Chestionare orală.	30%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul comunicării și negocierii 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei		

Data completării
26 septembrie 2017

Titular de curs,
Lect.univ.dr. Claudia Stanciu-Tolea

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Stanciu-Tolea Claudia

Data aprobării în Consiliul departamentului,
03 octombrie 2017

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Managementul proiectelor, 2017-2018

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	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management/ Economist

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei					Managementul proiectelor						
2.2 Titularul activităților de curs					Conf. univ. dr. Grădinaru Doruleț						
2.3 Titularul activităților de seminar / proiect					Lect. univ. dr. Sinisi Crenguța Ileana						
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1 + 1
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	14 + 14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								14
Pregătire seminarii/proiecte, teme, referate, portofolii, eseuri								30
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								3
3.7	Total ore studiu individual	69						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea noțiunilor fundamentale de Management studiat în anul I
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației prin diagnosticare și analiză SWOT – 1 PC C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 1 PC C.3. Elaborarea și implementarea sistemului managerial și a subsistemelor sale (alocare și realocare de resurse și activități) – 1 PC C.4. Identificarea, selectarea și utilizarea modalităților de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare – 1 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Înșușirea de către studenți a unui ansamblu organizat și coerent de cunoștințe prin care se explică, în mod sistematic, conceptele, principiile și noțiunile esențiale specifice managementului proiectelor
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 10. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte de bază, a componentelor managementului proiectelor și a caracteristicilor fiecăreia; 11. Operarea cu metode ADS, CMP și PERT în stabilirea timpului de realizare a proiectelor; 12. Explicarea și interpretarea problematicei de bază a managementului proiectelor din

	perspectivă sistemică; 13. Înțelegerea rolului managerului de proiect în coordonarea proiectelor; B. Obiective procedurale 15. Formarea unor abilități în explicarea și interpretarea problematicei în domeniul abordării sistemice a programelor și a proceselor din cadrul unui proiect; 16. 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; 17. Identificarea unor situații concrete de aplicare a mixului de marketing în managementul proiectelor; C. Obiective atitudinale Respectarea normelor de deontologie ale profesiilor de agent de vânzare, reprezentat zonal, director de vânzări Cooperarea în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor sarcini de serviciu; Utilizarea unor metode specifice de elaborare a unui plan de dezvoltare personală și profesională
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Conceptul general de proiect. Clarificări și delimitări conceptuale privind proiectele 1.1 Proiectul – definire, caracteristici 1.2 Caracteristicile unui proiect. Clasificarea proiectelor 1.3 Contextul proiectului 1.4 Factorii de succes și de eșec ai proiectelor	3		
2	Managerul și echipa de proiect 2.1 Managerul de proiect 2.2 Echipa de proiect 2.3 Structuri organizatorice în managementul proiectelor 2.4 Sponsorul proiectului	2		
3	Conceperea proiectelor prin analiza și ingineria valorii 3.1 Analiza și ingineria valorii – concept și obiect de studiu 3.2 Analiza funcțională 3.3 Dimensionarea funcțiilor 3.4 Analiza sistemică a funcțiilor	3		
4	Inițierea și lansarea proiectelor 4.1 Identificarea și formularea proiectului. Pregătirea inițierii 4.2 Managementul factorilor care influențează derularea proiectelor 4.3 Reuniunea de inițiere a proiectului. Evidența derulării proiectului. Rezumatul proiectului 4.4 Managementul riscurilor 4.5 Evaluarea economică a proiectului. Lansarea proiectului	4	- prelegerea - conversația euristică - exemplificarea - organizatorul grafic - exercițiul - dezbaterăa cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
5	Reprezentarea proiectelor prin metodele CPM (Critical Path Method) și MPM (Potentiale Metra) 6.1 Reguli de construire a rețelilor AoA și AoN 6.2 Diagrame de precedentă FINISH – TO – START START – TO – START FINISH – TO – FINISH START – TO – FINISH	4		
6	Metoda Pert (Program Evaluation and Review Technique)	4		
7	Derularea proiectelor 8.1 Lansarea în execuție a proiectelor 8.2 Monitorizarea și stabilirea acțiunilor de corecție 8.3 Controlul și evaluarea derulării proiectului	4		
8	Finalizarea proiectelor 9.1 Perturbații la finalul proiectului 9.2 Predarea și acceptarea proiectului 9.3 Reuniunea de finalizare a proiectului 9.4 Evaluarea post - proiect	4		
Bibliografie 1. Constantinescu, D. - Managementul proiectelor. Fundamente, metode și tehnici , Ed. Sitech, Craiova, 2009 2. Deac, V.- Management , Editura ASE, București, 2016 3. Ghenea, M. – Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri , SC Universul juridic SRL, 2011 4. Gorghiu, L.,M., Gorghiu, G., Stan, M.F. - Managementul proiectelor – o abordare orientată pe aplicații ,				

Editura Bibliotheca, București, 2009				
5. Grădinaru,D. - Managementul proiectelor , Curs în format IFR, 2017				
6. Iliescu, V. - Managementul proiectelor , Editura Sitech, Craiova, 2011				
7. Ionescu, M., Vasilescu, M., Teresneu, C. - Matematica managementului și managementul proiectelor , Editura Matrixrom, București, 2013				
8. Kerzner, H. - Management de proiect. Abordare sistemică , Editura Codecs, 2011				
9. Le Dantec, Tanguy - Managementul proiectelor prin exemple , Editura CH Beck, bucurești, 2009				
10. Lock. D. - Managementul proiectului , Editura Monitorul Oficial, 2010				
11. Manual Gower de Management de proiect - ediția a III-a, Editura Codecs, 2005				
12. Mc Collum, J., Banacu, C.S. - Management de proiect – o abordare practică , Editura Universitară, București, 2007				
13. Mochal, T., Mochal, J. - Lecții de management de proiect , Editura Codecs, 2006				
14. Nasar, S. – Geniul economic. Extraordinara poveste a geniiilor care au fondat economia modernă , Editura ALL, București, 2014				
15. Newton, R. - Management de proiect- pas cu pas , Editura Meteor Press, București, 2011				
16. Newton, R. - Managerul de proiect , Editura Codecs, București, 2008				
17. Novac, C. - Managementul echipei de proiect , Editura Tritonic, București, 2014				
18. Pacelli, L. - Consilierul managementului de proiect , , Editura Meteor Press, București, 2007				
19. Postăvaru, N. – Decizie și previziune , Editura MatrixRom, București, 2014				
20. Postăvaru, N., Băncilă, S., Iociciu, C. - Management integrat al proiectelor investiționale , Editura Matrixrom, București, 2014				
21. Radu, V., Bănuț, S.C., Dobrea, R.C., Simion, C.P. - Managementul proiectelor , Editura Universitară, București, 2010				
22. Radu,V. (coord.). - Managementul proiectelor , Editura Universitară, București, 2008				
23. Young, T.L. - Managementul proiectelor de succes , Editura Rentrop &Straton, 2014				
8.2. Aplicații:		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
Seminar				
1	Proiect – definire, caracteristici. Tipologia proiectelor. Mixul de marketing în managementul proiectelor Structuri organizatorice în managementul proiectelor	2	- dialogul - dezbateri lucru în echipa - conversația euristică	Studiu de caz, test de verificare
2	Analiza funcțională și dimensionarea funcțiilor prin Analiza și ingineria valorii	2		
3	Evaluarea economică a proiectelor. Costuri generate de un proiect. Estimarea costurilor. Managementul riscurilor	2		
4	Aplicarea metodei C.P.M. în calculul și derularea proiectelor	2		
5	Aplicarea metodei M.P.M. în calculul și derularea proiectelor	2		
6	Aplicarea metodei P.E.R.T. în calculul și derularea proiectelor	2		
7	Lansarea în execuție a proiectelor. Controlul și evaluarea derulării proiectului. Predarea și acceptarea proiectului. Evaluarea post-proiect	2		
Proiect				
8	Managementul proiectelor cu ajutorul metodelor de planificare a activităților în rețea Calculul duratelor activităților și construirea grafului rețea prin metoda C.P.M.	4	- dialogul - dezbateri lucru în echipa - conversația euristică	pezentare proiect
9	Calculul duratelor activităților și construirea grafului rețea prin metoda M.P.M.)	4		
10	Calculul duratelor activităților și construirea grafului rețea prin metoda P.E.R.T.	4		
11	Evaluare finală - Verificare	2		
Bibliografie				
1. Băloiu, M., Frăsineanu, C., Frăsineanu, I. - Management inovativ , Editura ASE, București, 2008				
1. Constantinescu, D. - Managementul proiectelor. Fundamente, metode și tehnici , Editura Sitech, Craiova, 2011				
2. Gorghiu, L.,M., Gorghiu, G., Stan, M.F. - Managementul proiectelor – o abordare orientată pe aplicații , Editura Bibliotheca, București, 2013				
3. Grădinaru,D. - Managementul proiectelor , Manual pentru învățământul Frecvență redusă (format electronic), 2015				
4. Grădinaru,D. - Managementul proiectelor , Curs în format IFR, 2017				
5. Grigorescu, A. - Practica managementului proiectelor , Editura Uranus, București, 2011				
6. Grigorescu,A. - Managementul proiectelor , Editura Uranus, București, 2010				
7. Le Dantec, Tanguy - Managementul proiectelor prin exemple , Editura CH Beck, bucurești, 2009				
8. Manual Gower de Management de proiect , ediția a III-a, Editura Codecs, 2005				
9. Mochal, T., Mochal, J. - Lecții de management de proiect , editura Codecs, 2006				
10. Newton, R. - Management de proiect- pas cu pas , Editura Meteor Press, București, 2012				
11. Radu, V. - Managementul proiectelor , Editura Universitară, București, 2010				
12. Radu, V., Curteanu, D. - Managementul proiectelor de construcții. Culegere de teste și studii de caz , Editura Tribuna Economică, Bucuresti. 2009				

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate	- Evaluare scrisă în timpul semestrului; - Evaluare finală.	30 % 10%
10.5 Seminar / Proiect	-participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - 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 managementul proiectelor 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Managementul proiectelor" 3. Capacitatea de aplicare a metodelor de lucru în rețea în cadrul proiectelor 4. După parcurgerea disciplinei, studentul trebuie să: - Cunoască modul de derulare și finalizare a proiectelor; - Să dimensioneze funcțiile produselor prin Analiza valorii.		

Data completării
25 septembrie 2017

Titular de curs,
Conf. univ. dr. Doruleț Grădinaru

Titular de seminar / proiect,
Lect. univ. dr. Sinisi Crenguța Ileana

Data aprobării în Consiliul departamentului,
03 octombrie 2017

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Marketing internațional, 2017-2018

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	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management/Economist

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Marketing internațional					
2.2	Titularul activităților de curs					Conf. univ. dr. Duțu Amalia					
2.3	Titularul activităților de seminar					Conf. univ. dr. Duțu Amalia					
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	A

3. Timpul total estimat

5. 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 învă.	42	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								28
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								30
Tutorat								3
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	83						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea conceptelor fundamentale de marketing
4.2	De competențe	Capacitate de analiză, gândire sintetică, gândire creativă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu video-proiector
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Respectarea termenelor de prezentare a proiectului și a studiului de caz

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației prin diagnosticare și analiză SWOT – 1 PC C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 1 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 1 PC
Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor și a normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în științele economice – 1 PC CT2. Cooperarea eficientă în echipe de lucru profesionale, interdisciplinare, specifice desfășurării proiectelor și programelor din domeniul științelor economice – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1	Obiectivul general al disciplinei	Dobândirea cunoștințelor privind conceptele de bază din domeniul marketingului internațional
7.2	Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> Dobândirea cunoștințelor referitor la: - definirea și caracteristicile companiilor internaționale/multinaționale/transnaționale; - etapele procesului internaționalizării afacerilor; - indicatorii de reflectare a gradului de internaționalizare a afacerilor, - procesul de planificare strategică în marketingul internațional, - procesul de selecție a piețelor externe, - strategii de pătrundere pe piețele externe-țintă; - strategii de poziționare pe piețele externe-țintă, - strategii competitive și comportament concurențial pe piețele externe; - strategiile mix-ului de marketing, - elaborarea și implementarea programului de marketing internațional.

	<u>B. Obiective procedurale</u> Aplicarea conceptelor și teoriilor de marketing internațional; Masurarea și scalarea fenomenelor de marketing internațional; Proiectarea și desfășurarea programului de marketing internațional; <u>C. Obiective atitudinale</u> Respectarea normelor de deontologie ale profesiilor aferente domeniului marketing; Comunicare și colaborare în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor sarcini de serviciu.
--	---

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Ce este compania internațională? – Definiție, caracteristici, profil. Responsabilitatea socială corporativă în cazul companiilor internaționale.	3	Prelegere Studii de caz Dezbateri/ Jocuri de rol	<i>Prezentarea în power –point</i> <i>Suport de curs</i> <i>Materiale elaborate cu studii de caz</i> <i>Articole publicate la nivel internațional ca suport de analiză și dezbateri</i> <i>Acces internet</i>
2	Standardizare vs. adaptare în practica companiilor internaționale	3		
3.	Mediul de marketing internațional	3		
4.	Planificarea strategică în marketingul internațional	3		
5.	Procesul de selecție a piețelor externe	3		
6.	Strategii de pătrundere pe piețele internaționale	3		
7.	Strategii de poziționare pe piețele externe vizate	3		
8.	Strategii competitive aplicate pe piețele externe.	3		
9.	Strategiile mix-ului de marketing internațional	4		
Bibliografie:				
1. Amerein N., Barczyk. R., Ennard, F. Rohard, Sibaud B., P. Weber, Manual de marketing strategic si operational, Editura Teora, 2012				
2. Dhruv Grewal, Marketing, 5th Edition, McGraw-Hill Education, 2015				
3. Duțu Amalia, <i>Marketing internațional: teorie și practică. Curs pe suport electronic destinat studenților I.F.R.</i> , 2016.				
4. Duțu Amalia, Understanding Consumers' Behaviour Change in Uncertainty Conditions: A Psychological Perspective, in Handbook of Research on Retailer-Consumer Relationship Development, editori: Fabio Musso and Elena Druică, DOI: 10.4018/978-1-4666-6074-8, IGI Global, SUA, 2014				
5. Kotler Ph., Armstrong G., Principles of marketing, 14th Edition, Editura Pearson Prentice Hall, 2012				
6. Kotler Philip, Managementul Marketingului, Editura Teora, Bucuresti, 2014				
7. McDonald Malcolm, Planificarea de marketing prin exemple, Editura C.H.Beck, 2010				
8. Mereuță Cezar, Pandelică Ionuț, Pandelică Amalia, Foreign Majority Ownership in the Node Companies of the Main Markets in Romania – Compendium, ISBN: 978-973-709-630-2, Editura Economica, 2013				
9. Pandelică Amalia, <i>Implementarea orientării către piață. Ghid de proiect</i> , suport electronic, 2010.				
10. Pandelică Amalia, <i>Marketing – teorie și practică. Curs pe suport electronic</i> , 2010.				
11. Pandelică Amalia, Pandelică Ionuț, Oancea Olimpia, <i>Market orientation: Identifying gaps between theory and practice, 27th Industrial Marketing and Purchasing Conference - The Impact of Globalisation on Networks and Relationship 2.Dynamics</i> , Strathclyde University, Glasgow, Scotland, 2011				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Furnizarea informațiilor privind criteriile de evaluare / Furnizarea informațiilor privind bazele metodologice de realizare a proiectelor.	2	- dialogul - dezbateri - lucru în echipa - conversația euristică	<i>Prezentarea în power –point</i> <i>Articole disponibile online</i> <i>Studii de caz</i> <i>Ghid proiect</i>
2	Marketingul ca filozofie de afaceri: studiu de caz.	2		
3	Procesul de selecție a piețelor externe: studiu de caz.	2		
4	Strategii de pătrundere pe piețele externe vizate: studiu de caz.	2		
5	Analiza gradului de internaționalizare - Analiza indicelui de transnaționalitate pe baza Top 100 TNC (UNCTAD). Prezentare studii de caz.	2		
6	Prezentare proiecte conform planificării - Prezentare - Discuții - Autoevaluare	2		
7	Evaluare finală	2		
Bibliografie:				
1. Amerein N., Barczyk. R., Ennard, F. Rohard, Sibaud B., P. Weber, Manual de marketing strategic si operational, Editura Teora, 2012				
2. Dhruv Grewal, Marketing, 5th Edition, McGraw-Hill Education, 2015				
3. Duțu Amalia, <i>Marketing internațional: teorie și practică. Curs pe suport electronic destinat studenților I.F.R.</i> , 2016.				
4. Duțu Amalia, Understanding Consumers' Behaviour Change in Uncertainty Conditions: A Psychological Perspective, in Handbook of Research on Retailer-Consumer Relationship Development, editori: Fabio Musso and Elena Druică, DOI: 10.4018/978-1-4666-6074-8, IGI Global, SUA, 2014				
5. Kotler Ph., Armstrong G., Principles of marketing, 14th Edition, Editura Pearson Prentice Hall, 2012				

6. Kotler Philip, Managementul Marketingului, Editura Teora, Bucuresti, 2014
7. McDonald Malcolm, Planificarea de marketing prin exemple, Editura C.H.Beck, 2010
8. Mereuță Cezar, Pandelică Ionuț, Pandelică Amalia, Foreign Majority Ownership in the Node Companies of the Main Markets in Romania – Compendium, ISBN: 978-973-709-630-2, Editura Economica, 2013
9. Pandelică Amalia, *Implementarea orientării către piață. Ghid de proiect*, suport electronic, 2010.
10. Pandelică Amalia, *Marketing – teorie și practică. Curs pe suport electronic*, 2010.
11. Pandelică Amalia, Pandelică Ionuț, Oancea Olimpia, *Market orientation: Identifying gaps between theory and practice, 27th Industrial Marketing and Purchasing Conference - The Impact of Globalisation on Networks and Relationship 2.Dynamics*, Strathclyde University, Glasgow, Scotland, 2011
12. Pandelică Amalia, *Proiectarea unei cercetări selective de piață. Ghid de proiect*, suport electronic, 2009.

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare finală.	10 %
10.5 Seminar	-participarea activă la seminar, implicarea în rezolvarea studiilor de caz;	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog.	10%
	- corectitudinea utilizării metodelor de cercetare; - corectitudinea analizei statistice și interpretarea rezultatelor; - coerența logică a rezultatelor; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Prezentarea liberă a proiectului; - Chestionare orală sub formă de dialog.	40%
	- corectitudinea analizei; - coerența logică a rezultatelor; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Prezentare liberă a studiului de caz; - Chestionare orală sub formă de dialog.	40%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul marketing internațional; 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Marketing internațional"; 3. Proiectul conține analize fundamentate pe informații secundare; 4. Studiul de caz prezintă evoluția indicatorilor de analiză pentru o perioadă de minim 3 ani.		

Data completării
29 septembrie 2017

Titular de curs,
Conf. univ. dr. Amalia Duțu

Titular de seminar,
Conf. univ. dr. Amalia Duțu

Data aprobării în Consiliul departamentului,
03 octombrie 2017

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

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