

FIȘA DISCIPLINEI
AMENAJAREA TURISTICĂ A TERITORIULUI
 Anul universitar 2022 – 2023

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Amenajarea turistică a teritoriului						
2.2. Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Toma Smaranda						
2.3. Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Toma Smaranda						
2.4. Anul de studii	III	2.5. Semestrul	1	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM
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 - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Disciplina <i>Amenajarea turistică a teritoriului</i> are menirea de a transmite studenților complexitatea acestui proces dinamic de organizare științifică a spațiului turistic, luând în considerare relațiile dintre mediu și colectivitățile umane, precum și toți factorii care influențează aceste relații. Amenajarea turistică ține cont atât de caracteristicile teritoriului (resurse, activități, funcțiuni) cât și de posibilitățile de exploatare în condiții de eficiență a acestuia. Amenajarea turistică are rolul de a asigura dezvoltarea turismului și valorificarea turistică optimă a teritoriului, de a găsi soluții de multiplicare a efectelor turismului în economia zonei și de a integra planurile de dezvoltare a turismului în strategia dezvoltării economico-sociale a teritoriului.
7.2. Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Înțelegerea rolului amenajării turistice eficiente și raționale a teritoriului

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	AMENAJAREA TURISTICĂ A TERITORIULUI: CONCEPTE, DEFINIȚII, PRINCIPII 1.1. Concepte și principii de amenajare turistică 1.2. Tipuri de amenajare turistică	2		
2	CONSIDERAȚII GENERALE PRIVIND ORGANIZAREA ACTIVITĂȚILOR ÎN TURISM ȘI AMENAJAREA SPAȚIULUI TURISTIC 2.1. Organizarea activităților în turism și amenajarea spațiului turistic 2.2. Conducerea și organizarea activităților de turism în România 2.3. Concluzii privind politica, legislația și organizarea activităților turistice în România	3	▪ prelegerea ▪ explicația ▪ expunerea cu material suport	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului ▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet - Platforma ZOOM
3	PATRIMONIUL TURISTIC, OFERTĂ TURISTICĂ, POTENȚIAL TURISTIC 3.1. Patrimoniul turistic, ofertă turistică, potențial turistic 3.2. Unități taxonomice ale spațiilor turistice amenajate	2	▪ dezbaterile cu oponenți imaginari	
4	STRATEGII DE AMENAJARE TURISTICĂ A TERITORIULUI 4.1. Strategii de amenajare turistică a teritoriului 4.2. Clasificarea și ierarhizarea zonelor turistice pe baza potențialului turistic	3		
5	STAȚIUNEA TURISTICĂ 5.1. Stațiunea turistică: definiții 5.2. Clasificarea stațiunilor turistice 5.3. Atestarea stațiunilor turistice din România	3		
6	AMENAJAREA TURISTICĂ A ZONELOR MONTANE 6.1. Organizarea și valorificarea spațiului turistic montan 6.2. Potențialul turistic al Carpaților Românești	3		
7	STAȚIUNILE TURISTICE MONTANE 7.1. Stațiunile turistice montane 7.2. Criterii de bază aplicabile în amenajarea unei stațiuni pentru sporturi de iarnă 7.3. Stațiunile montane pentru sporturi de iarnă 7.4. Principalele obiective ale strategiei dezvoltării turismului montan în România	3		
8	AMENAJAREA TURISTICĂ A STAȚIUNILOR BALNEOCLIMATICE ȘI CLIMATICE 8.1. Potențialul turistic climatic 8.2. Potențialul turistic balnear 8.3. Amenajarea turistică a stațiunilor climatice, balneare și balneoclimatice din România 8.4. Cererea și oferta turistică a stațiunilor climatice, balneare și balneoclimatice românești	3		

9	AMENAJAREA TURISTICĂ A LITORALULUI 9.1. Potențialul turistic al litoralului românesc al Mării Negre 9.2. Amenajarea turistică a spațiului balnear-litoral 9.3. Cererea și oferta turistică a stațiunilor de pe litoralul românesc 9.4. Criterii și norme de amenajare turistică a litoralului (aplicație)	3		
10	AMENAJAREA TURISTICĂ A SPAȚIULUI URBAN ȘI PERIURBAN 10.1. Generalități privind amenajările turistice urbane și periurbane 10.2. Particularități în amenajarea turistică a zonelor urbane și periurbane 10.3. Modele de amenajare turistică a zonelor urbane și periurbane din România 10.4. Criterii și norme privind amenajările pentru agrement din spațiile urbane și periurbane (aplicație)	3		

Bibliografie:

1. Băc D.P., 2013, Turismul și dezvoltarea durabilă: realități, provocări, oportunități, Editura Economică, București.
2. Băltărețu Andreea, 2003, Amenajarea turistică durabilă a teritoriului, Editura Sylvi, București.
3. Băltărețu Andreea, 2008, Economia turismului: studii de caz. Reglementări, Editura ASE, București.
4. Căndea Melinda, Bran Florina, Cimpoeru Irina, 2006, Organizarea, amenajarea și dezvoltarea durabilă a spațiului geografic, Editura Universitară, București.
5. Diaconu Mihaela, Micu Cristina, 2010, Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii, Editura Universității din Pitești.
6. Căndea Melinda, Simon Tamara, Bogan Elena, 2012, Patrimoniul turistic al României, Editura Editura Universitară, București.
7. Drăghici C., Mihai Daniela, 2007, Curs de management al activității de comerț, turism și servicii turistice, Editura Sitech, Craiova.
8. Drăghici C., Pintilii R., 2016, Potențial turistic general, Editura Universitară, București, 2016.
9. Erdeli G., Gheorghilaș A., 2006, Amenajări turistice, Editura Universității din București, București.
10. Glăvan V., 2005, Geografia turismului, Editura Fundației România de Măine, București.
11. Glăvan V., 2006, Potențialul turistic și valorificarea sa, Editura Fundației România de Măine, București. Glăvan V., 2007, Geografia turismului, Editura Fundației România de Măine, București.
12. Glăvan V., 2007, Geografia turismului, Editura Fundației România de Măine, București.
13. Gheorghilaș A., 2003, Geografia turismului, Editura Universitară, București.
14. Gheorghilaș A., 2005, Geografia turismului internațional, Editura Universitară, București, 2005.
15. Firoiu Daniela, 2005, Resursele umane în turism, Editura Universitară, București. Gheorghilaș A., 2005, Geografia turismului internațional, Editura Universitară, București.
16. Ielenicz M. și colab, 2003, România. Enciclopedie turistică, Editura Corint, București.
17. Ielenicz M., Comănescu Laura, 2006, România. Potențial turistic, Editura Universitară, București.
18. Ielenicz M., Simoni Smaranda, 2013, The Tourism System – Main Directions in Evaluating its Operation, Revue Roumaine de Geographie / Romanian Journal of Geography, Volume 57, (1), Editura Academiei Române, p.25-31.
19. Ionciță Maria, Stănculescu Gabriela, 2006, Economia turismului și serviciilor, Editura Uranus, București.
20. Iordache Carmen Maria, 2008, Economia turismului, Editura Independența Economică, Pitești.
21. Laws, E., Richins, H., Agrusa, J., Scott, N., 2011, Tourist Destination Governance: Practice, Theory and Issues, CAB International.
22. Leiper N., 2004, Tourism Management (3rd Ed.), Malaysia: Pearson Education Australia.
23. Manson P., 2003, Tourism Impacts, Planning and Management, Butterworth-Heinemann, Elsevier.
24. Minciu Rodica, 2002, Economia turismului, Editura Uranus, București.
25. Miu Florentina, Simoni Smaranda, 2012, Ecoturism și turism rural, Editura Universității din Pitești.
26. Muntele I., Iașu C., 2003, Geografia turismului. Concepte, metode și forme de manifestare spațio-temporală, Editura Sedcom Libris, Iași.
27. Neacșu N., Băltărețu Andreea, Neacșu Monica, Drăghilă Marcela, 2011, Resurse și destinații turistice interne și internaționale, Editura Universitară.
28. Neacșu N., Băltărețu Andreea, Neacșu Monica, 2014, Resurse și destinații turistice. Studii de caz, statistici, reglementări și documente O.M.T., Editura Pro Universitaria.
29. Neacșu N., Băltărețu Andreea, Neacșu Monica, Drăghilă Marcela, 2016, Resurse și destinații turistice în România, Editura Universitară.
30. Nistoreanu P., 2006, Ecoturism și turism rural, Editura ASE, București.
31. Nistoreanu P. (coord.), 2010, Turism rural, Editura C.H.Beck, București.
32. Pender L., Sharpley R., 2005, The Management of Tourism, SAGE Publications Ltd, London.
33. Page S.J., 2007, Tourism Mananagement, Elsevier Ltd., Oxford.
34. Pender L., Sharpley R., 2005, The Management of Tourism, SAGE Publications Ltd, London.
35. Rotariu I., 2008, Dezvoltarea destinației turistice, Editura Alma Mater Sibiu, 2008.
36. Stănculescu Gabriela (coord.), 2002, Lexicon de termeni turistici, Editura Oscar Print, București.
37. Stănculescu Gabriela, Micu Cristina, 2009, Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz, Editura C.H. Beck, București.
38. Tribe J., 2006, The economics of recreation, leisure and tourism, Amsterdam, Elsevier.
39. Țigu Gabriela (coordonator), 2008, Resurse și destinații turistice pe plan mondial, Editura Uranus, București.

40. Toma Smaranda, Mihai Daniela, Brutu Mădălina, Amenajarea turistică a teritoriului, Editura Universității din Pitești, 2022.
41. Toma Smaranda, Amenajarea turistică a teritoriului - manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă, (format electronic), 2022.
42. *** Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, United Nations, 2015.
43. *** Tourism Highlights, UNWTO, 2020.
44. *** World Tourism Barometer, UNWTO, 2020.
45. *** Quick Start Guide to a Tourism Business, NEAP, 2006.
46. *** A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO, 2007.
47. *** International Tourism Overview. A Special Report from World Tourism Organization.
48. *** Tourism Market Trends, 2020, World Tourism Organization.
49. *** Yearbook of Tourism Statistics, 2020, World Tourism Organization
50. Hotărârea nr. 24 din 12 ianuarie 2017 privind organizarea și funcționarea Ministerului Turismului, publicată în MO nr. 49/17.01.2017.
51. Hotărârea nr. 867/2006 pentru aprobarea normelor și criteriilor de atestare a stațiunilor turistice.
52. Hotărârea nr. 852 din 13 august 2008 pentru aprobarea normelor și criteriilor de atestare a stațiunilor turistice.
53. Hotărârea nr. 58 din 16 februarie 2017 pentru aprobarea atestării unor localități sau părți din localități ca stațiuni turistice de interes național sau local și pentru modificarea anexei nr. 5 la Hotărârea Guvernului nr. 852/2008 pentru aprobarea normelor și criteriilor de atestare a stațiunilor turistice, publicată în Monitorul Oficial nr. 138 din 23 februarie 2017.
54. Proiectul Legea Turismului 2010, 2015.
55. www.insse.ro, Anuarele Statistice ale României – capitolul 20: Turism, 2012-2021.
56. www.mdr.ro, Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026.
57. www.turism.gov.ro, Autoritatea Națională pentru Turism și ulterior Ministerul Turismului.
58. www.insse.ro, 2010-2019, Turismul României. Breviar statistic, Institutul Național de Statistică, București.

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1.	Amenajarea turistică, o strategie de dezvoltare a ofertei turistice - Conceptul de potențial turistic, ofertă turistică, patrimoniu turistic - Analiza diagnostic a teritoriului, premisă a amenajării turistice - Studiu de caz: Model de conducere și organizare a turismului (Australia)	4	Expunere Problematizare Exerciții de reflecție Dezbateri Explicație	Lucrul în echipă
2.	Stațiunea turistică (concept, clasificare, criterii de omologare, funcții)	2		Demonstrație cu ajutorul mijloacelor moderne audio-vizuale (scurte prezentări PowerPoint)
3.	Metode de analiză a fenomenului turistic - Operațiuni și instrumente de calcul - Prospectarea cererii și consumului turistic - Studiu de caz: Indicatori de cuantificare a circulației turistice - Studiu de caz: Analiza dinamicii și structurii circulației turistice din România din ultimii 25 de ani	4		Demonstrație cu ajutorul materialelor didactice specifice (anuale statistice, grafice)
4.	Amenajarea, organizarea și dezvoltarea turismului pentru sporturi de iarnă - Analiza activității de turism în câteva stațiuni turistice montane - Particularitățile domeniului schiabil și ale pârtiilor - Dimensiuni ale domeniului schiabil - Indicatori sintetici și de corelație - Perspectivele turismului montan în România	3		Prezentări proiecte
5.	Direcții și strategii ale produsului stațiunilor turistice montane - Particularizarea strategiilor de dezvoltare a stațiunilor montane românești - Concepția de dezvoltare a turismului montan la nivel macroeconomic - Rolul statului în dezvoltarea turismului montan românesc	3		Studii de caz
6.	Valorificarea potențialului turistic natural al unităților de deal, podiș, câmpie și al luncilor – aplicație: organizarea și valorificarea zonei turistice Vâlcea-Câmpulung Muscel	2		Teste de verificare
7.	Climatoterapia - Clima-resursă turistică. Tipuri de bioclimat. Climatoterapia - Indici utilizați în climatologia turistică - Aplicație: bioclimatul tonic-stimulent de munte, aeroterapia, cura de teren și alpinismul: spațiul montan din nordul Județului Argeș (Munții Făgăraș-Iezer)	2		■ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet Platforma ZOOM
8.	Potențialul balnear al României și strategii de organizare a spațiilor turistice balneare - Valorificarea potențialului balneoclimateric în stațiunile din Carpații Orientali: Poiana Negri, Vatra Dornei, Borsec, Bilbor, Băile Tușnad, Balványos, Bixad, Malnaș Băi, Bodoc, Covasna, Biborțeni, Zizin	2		

9.	Amenajarea spațiului turistic balnear-litoral - Organizarea și amenajarea plajelor - Amenajări în sistemul club de vacanță - Organizarea și valorificarea spațiului turistic al litoralului românesc	2		
10.	Patrimoniul turistic cultural-istoric - Potențialul turistic cultural și valorificarea sa în centrele urbane din Transilvania: Brașov, Sibiu, Cluj-Napoca, Bistrița, Târgu-Mureș, Sighișoara, Mediaș - Biserici și mănăstiri aflate în patrimoniul universal U.N.E.S.C.O.: mănăstirile din nordul Moldovei și bisericile din lemn din Maramureș	4		

Bibliografie:

1. Căndea Melinda, Erdeli G., Simon Tamara, Peptenatu D., 2003, Potențialul turistic al României și amenajarea turistică a spațiului, Editura Universitară, București.
2. Căndea Melinda, Bran Florina, Cimpoeu Irina, 2006, Organizarea, amenajarea și dezvoltarea durabilă a spațiului geografic, Editura Universitară, București.
3. Căndea Melinda, Simon Tamara, Bogan Elena, 2012, Patrimoniul turistic al României, Editura Editura Universitară, București.
4. Drăghici C., Pintilii R., 2016, Potențial turistic general, Editura Universitară, București, 2016.
5. Erdeli G., Gheorghilaș A., 2006, Amenajări turistice, Editura Universității din București, București.
6. Glăvan V., 2006, Potențialul turistic și valorificarea sa, Editura Fundației România de Măine, București.
7. Glăvan V., 2007, Geografia turismului, Editura Fundației România de Măine, București.
8. Ielenicz M. și colab, 2003, România. Enciclopedie turistică, Editura Corint, București.
9. Ielenicz M., Comănescu Laura, 2006, România. Potențial turistic, Editura Universitară, București.
10. Laws, E., Richins, H., Agrusa, J., Scott, N., 2011, Tourist Destination Governance: Practice, Theory and Issues, CAB International.
11. Leiper N., 2004, Tourism Management (3rd Ed.), Malaysia: Pearson Education Australia.
12. Miu Florentina, Simoni Smaranda, 2012, Ecoturism și turism rural, Editura Universității din Pitești.
13. Neacșu N., Băltărețu Andreea, Neacșu Monica, Drăghilă Marcela, 2011, Resurse și destinații turistice interne și internaționale, Editura Universitară.
14. Neacșu N., Băltărețu Andreea, Neacșu Monica, 2014, Resurse și destinații turistice. Studii de caz, statistici, reglementări și documente O.M.T., Editura Pro Universitaria.
15. Neacșu N., Băltărețu Andreea, Neacșu Monica, Drăghilă Marcela, 2016, Resurse și destinații turistice în România, Editura Universitară.
16. Nistoreanu P. (coord.), 2010, Turism rural, Editura C.H.Beck, București.
17. Stănculescu Gabriela (coord.), 2002, Lexicon de termeni turistici, Editura Oscar Print, București.
18. Țigu Gabriela (coordonator), 2008, Resurse și destinații turistice pe plan mondial, Editura Uranus, București.
19. Toma Smaranda, Amenajarea turistică a teritoriului - manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă, (format electronic), 2022.
20. *** Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, United Nations, 2015.
21. *** Tourism Highlights, UNWTO, 2020.
22. *** World Tourism Barometer, UNWTO, 2020.
23. *** Quick Start Guide to a Tourism Business, NEAP, 2006.
24. *** A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO, 2007.
25. *** International Tourism Overview. A Special Report from World Tourism Organization.
26. *** Tourism Market Trends, 2020, World Tourism Organization.
27. *** Yearbook of Tourism Statistics, 2020, World Tourism Organization
28. Proiectul Legea Turismului 2010, 2015.
29. www.insse.ro, Anuarele Statistice ale României – capitolul 20: Turism, 2012-2021.
30. www.mdr.ro, Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026.
31. www.turism.gov.ro, Autoritatea Națională pentru Turism și ulterior Ministerul Turismului.
32. www.innse.ro, 2010-2021, Turismul României. Breviar statistic, Institutul Național de Statistică, București.

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și teoriilor însușite la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților comunității academice din domeniul Administrării Afacerilor.
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniile Comerț, Turism și Servicii.

10. Evaluate:

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	- prezența și participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - test de verificare - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă, proiectului	- Expunerea liberă a studentului;	20%
		- Chestionare orală sub formă de dialog.	
		- Evaluare scrisă în timpul semestrului;	10%
		- Prezentare orală proiect	20%
10.6 Standard minim de performanță	- Achiziționarea cel puțin a competențelor: A1, A2, A3, B3, C1. - Nota 5 la evaluarea finală.		

Data completării
15 septembrie 2022

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2022

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Managementul relațiilor cu furnizorii în comerț, turism, servicii
 anul universitar: 2022 - 2023

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1		Denumirea disciplinei				Managementul relațiilor cu furnizorii în comerț, turism, servicii									
2.2		Titularul activităților de curs				Conf. univ. dr. Daniela MIHAL									
2.3		Titularul activităților de seminar				Conf. univ. dr. Daniela MIHAL									
2.4		Anul de studii	III	2.5		Semestrul	1	2.6		Tipul de evaluare	E	2.7		Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector - Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart și cretă / marker - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii/laboratoare proiecte - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu fundamentele teoretice și metodologice ale aprovizionării de mărfuri și formarea deprinderilor practice necesare realizării ciclului aprovizionării cu resurse materiale a întreprinderii, în cele mai bune condiții, cu maximă rentabilitate și cheltuieli minim posibile.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive - Definirea corectă a obiectului de studiu al <i>managementului relațiilor cu furnizorii</i> și corelarea cu celelalte discipline; - Cunoașterea particularităților diferitelor modalități de organizare, coordonare și conducere a activităților specifice de asigurare cu resurse materiale a întreprinderii; - Cunoașterea, fundamentarea și interpretarea indicatorilor care definesc conținutul planului de aprovizionare;

	4. Cunoașterea, înțelegerea și interpretarea diferitelor tipuri de stocuri utilizate în practica aprovizionării din întreprinderi și a metodelor de dimensionare a acestora; 5. Însușirea teoriilor privind cele mai recente metode, tehnici și sisteme moderne în managementul relațiilor cu furnizorii. B. Obiective procedurale 1. Formarea gândirii, atitudinii și spiritul economic orientat cu rigurozitate spre gospodărirea cu maximum de eficiență a resurselor materiale destinate susținerii producției agentului economic; 2. Identificarea oportunităților de aplicare a diferitelor modalități de organizare, coordonare și conducere a activităților specifice de asigurare cu resurse materiale a întreprinderii; 3. Formarea abilităților necesare derulării unei riguroase și amănunțite cercetări asupra pieței resurselor; 4. Formarea abilităților necesare fundamentării și operaționalizării planului și programelor de aprovizionare la nivelul întreprinderii; 5. Dezvoltarea capacității studentului de a percepe rolul și importanța analizei eficienței proceselor specifice aprovizionării. C. Obiective atitudinale 1. Capacitatea de a lucra în echipă; 2. Respectarea normelor de deontologie ale profesiei de manager; 3. Cultivarea unor atitudini constructive în contexte organizaționale variate.
--	---

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
Tema nr. 1: CONȚINUTUL, ROLUL ȘI IMPORTANȚA ACTIVITĂȚII DE APROVIZIONARE ÎN CADRUL FIRMEI				
1.	Conținutul, rolul și importanța activității de aprovizionare în cadrul firmei	1		
Tema nr. 2: GESTIUNEA ECONOMICĂ A STOCURILOR DIN CADRUL FIRMEI				
2.1.	Tipologia stocurilor de resurse materiale	2		
2.2.	Modalități de exprimare a stocurilor	1		
2.3.	Corelații și factori cu influență asupra nivelului stocurilor din cadrul firmei	2		
2.4.	Obiective în conducerea procesului stocării. Elemente funcționale pe baza cărora se dimensionează stocurile constituite în firmă și se stabilește politica de gestiune a lor	2	▪ prelegerea	<i>calculatorul (prezentarea în power – point)</i>
2.5.	Dimensionarea optimă a principalelor categorii de stocuri din cadrul firmei	3	▪ conversația euristica	▪ Prezentări în power-point
2.6.	Tipuri de gestiune a stocurilor în cadrul firmei	2	▪ exemplificarea	▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea dezbaterilor
Tema nr. 3: FUNDAMENTAREA ȘI OPERAȚIONALIZAREA PLANULUI DE APROVIZIONARE				
3.1.	Componentele procesuale ale activității plan – aprovizionare	1	▪ organizatorul grafic	▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online:
3.2.	Etape de parcurs în fundamentarea și operaționalizarea planului de aprovizionare	3	▪ exercițiul	- Platforma e-learning
3.3.	Fundamentarea propriu-zisă a planului de aprovizionare al firmei	3	▪ dezbaterile cu oponent imaginar	- Conexiune internet
3.4.	Principalele forme de aprovizionare materială la care poate apela firma	1		- Platforma ZOOM
3.5.	Negocierea și încheierea contractelor cu furnizorii	1		
3.6.	Evidența și urmărirea derulării contractelor. Principale documente utilizate pentru urmărirea și controlul dinamicii stocurilor	2		
3.7.	Evaluarea și selecția furnizorilor. Testarea credibilității furnizorilor firmei	1		
Tema nr. 4: ORGANIZAREA ȘI CONCRETIZAREA RELAȚIILOR ECONOMICE CU FURNIZORII				
4.1.	Organizarea internă a activității de relații cu furnizorii. Tipuri de structuri organizatorice	1		
4.2.	Repartizarea pe posturi și funcții a atribuțiilor și responsabilităților în organizarea internă a activității de relații cu furnizorii	1		
4.3.	Sistemul de relații în care este implicat compartimentul de aprovizionare (pe plan intern și pe plan extern)	1		
Bibliografie				
1. Bășanu Gh., Pricop M. – <i>Managementul aprovizionării și desfacerii</i> , ediția a 4-a, Editura Economică, București, 2012;				

2. Cârstea G., *Asigurarea și gestiunea resurselor materiale. Marketingul aprovizionării*, Editura Economică, București, 2000;
3. Chira R., *Logistica marfurilor*, Vol. I și Vol. II, Editura Pro Universitaria, 2016;
4. Drăghici C., Mihai D., *Managementul aprovizionării și vânzării – Curs destinat studenților IFR*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010;
5. Drăghici C., Mihai D., *Managementul aprovizionării*, Editura Universitaria, Craiova, 2004;
6. Drăghici C., Mihai D., *Managementul relațiilor cu furnizorii – Curs destinat studenților IFR*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010;
7. Drăghici C., Mihai D., *Managementul relațiilor cu furnizorii*, Editura Sitech, Craiova, 2008;
8. Epure D.T., Micu A., Căpățînă Al., *Managementul achizițiilor: O abordare strategică*, Editura Ovidius University Press, Constanța, 2013;
9. Mihai D., Brutu M., *Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă (manual universitar destinat pregătirii studenților de la învățământul cu frecvență redusă)*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014;
10. Mihai D., *Managementul relațiilor cu furnizorii – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă (suport electronic)*, 2022;
11. Năstase D., *Logistica mărfurilor*, Editura Axioma Print, București, 2013;
12. Patriche I., *Canale de distribuție și logistică*, Editura Pro Universitaria, 2012;
13. Udrescu M., Popescu-Cruceanu A., *Logistica și subsistemele logistice. Interferențe juridice în logistica firmei*, Ed. Tritonic, 2013;
14. Van Weele A. J., *Purchasing & Supply Chain Management*, 5th edition, Cengage Learning EMEA, 2010;
15. Waters C. D. J., *Logistics: An Introduction To Supply Chain Management*, Palgrave Macmillan, 2013.

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor	2	▪ Dialogul ▪ Lucrul în grup ▪ Exercițiul ▪ Conversația euristică ▪ Dezbaterile cu oponent imaginar	În cadrul primei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării <i>Resurse folosite:</i> ▪ Scurte prezentări în power-point pentru descrierea studiilor de caz și stimularea exercițiilor ▪ Studii de caz ▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet - Platforma ZOOM
2	Gestiunea stocurilor de resurse materiale	6		
3	Cercetarea pieței resurselor materiale – studii de caz	4		
4	Fundamentarea și operaționalizarea planului de aprovizionare	6		
5	Elaborarea și operaționalizarea programelor de aprovizionare – transport	4		
6	Organizarea și conducerea activității de relații cu furnizorii – studii de caz	4		
7	Evaluare periodică	2		

Bibliografie

1. Bălan C., *Logistica: parte integrantă a lanțului de aprovizionare-livrare*, ediția a 3-a revăzută și adăugită, Editura Uranus, București, 2006;
2. Bășanu Gh., Pricop M., Gluvacov A., *Managementul aprovizionării și desfacerii – Culegere de aplicații practice, teste grilă, studii de caz*, Editura Economică, București, 2011;
3. Cârstea G., *Asigurarea și gestiunea resurselor materiale. Marketingul aprovizionării*, Editura Economică, București, 2000;
4. Chira R., *Logistica marfurilor*, Vol. I și Vol. II, Editura Pro Universitaria, București, 2016;
5. Drăghici C., Mihai D., *Managementul aprovizionării și vânzării – Curs destinat studenților IFR*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010;
6. Drăghici C., Mihai D., *Managementul relațiilor cu furnizorii – Curs destinat studenților IFR*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010;
7. Ghiani G., Laporte G., Musmano R., *Introduction to Logistics Systems Planning and Control*, John Wiley & Sons, 2010;
8. Mihai D., Brutu M., *Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă (manual universitar destinat pregătirii studenților de la învățământul cu frecvență redusă)*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014;
9. Mihai D., *Managementul relațiilor cu furnizorii – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă (suport electronic)*, 2022;
10. Năstase D., *Logistica mărfurilor*, Editura Axioma Print, București, 2013;
11. Patriche I., *Canale de distribuție și logistică*, Editura Pro Universitaria, 2012;
12. Udrescu M., Popescu-Cruceanu A., *Logistica și subsistemele logistice. Interferențe juridice în logistica firmei*, Ed. Tritonic, 2013.

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore): calitatea și coerența tratării celor 2 subiecte abordabile în manieră explicativ – argumentativă (20%) + un subiect de analiză și interpretare (30%)	50 %
10.5 Seminar	• Prezență și activitate la seminar – evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar • Test de verificare – rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii • Temă de casă – se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog • Testare • Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	10% 20% 20%
10.6 Standard minim de performanță	- cunoașterea <i>organizării structurale și a principalelor componente procesuale ale activității de aprovizionare</i> dintr-o firmă; - capacitatea de <i>fundamentare, elaborare și operaționalizare a planului de aprovizionare</i> ; - cunoașterea principalelor <i>metode utilizate în fundamentarea și gestiunea stocurilor de resurse materiale</i> .		

Data completării
14 septembrie 2022

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2022

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Managementul calității în comerț, turism, servicii
2022-2023

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Managementul calității în comerț, turism, servicii					
2.2	Titularul activităților de curs					Prof. univ. dr. Mihaela DIACONU					
2.3	Titularul activităților de seminar					Prof. univ. dr. Mihaela DIACONU					
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								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 și Marketing
4.2	De competențe	Capacitate de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector - Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart și cretă / marker - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu conceptul calității și cu procesul de asigurare a calității în cadrul unităților economice
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Cunoașterea și înțelegerea conceptelor calitate, sistemul de management al calității, asigurarea calității, îmbunătățirea calității; 2. Operarea și interpretarea conceptelor, situațiilor și proceselor asociate sistemelor de asigurare a calității în organizații; 3. Explicarea și interpretarea diferitelor metode și tehnici de analiză și îmbunătățire a calității specifice organizațiilor

	4. Realizarea de studii secvențiale de implementare a calității pentru cazuri practice bine definite în condiții de asistență calificată
	5. Definirea corectă a obiectului de studiu, a instrumentelor și metodelor de lucru în domeniul calității
	B. Obiective procedurale
	1. Corelarea unor experiențe practice cu unele teorii și modele privind managementul calității
	2. Identificarea unor situații concrete de aplicare a metodelor referitoare la managementul calității
	3. Folosirea teoriilor și instrumentelor referitoare managementul calității.
	C. Obiective atitudinale
	1. Capacitatea de a lucra în echipă.
	2. Cultivarea unor atitudini constructive în contexte organizaționale variate.

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1.	Calitatea, factor al competitivității organizațiilor prestatoare de servicii	3	▪ prelegerea ▪ exemplificarea ▪ explicația ▪ expunerea cu material suport ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentări în power –point)</i> ▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet - Platforma ZOOM
2.	Evoluția conceptului calitate și contribuția caliticienilor la dezvoltarea sistemului calității	3		
3.	Fundamentele managementului calității-concept și funcții	3		
4.	Principiile managementului calității și politica referitoare la calitate	3		
5.	Auditul calității	3		
6.	Sistemul de management al calității concept, etape ale implementării, certificarea calității	2		
7.	Standardul, familia standardelor aplicate în dezvoltarea sistemului de management al calității și documentația sistemului de management al calității	3		
8.	Particularitățile asigurării calității în domeniul serviciilor	2		
9.	Îmbunătățirea calității concept și metode și tehnici specifice strategiei îmbunătățirii continue	3		
10.	Măsuri de îmbunătățire a calității serviciilor și modele ale excelenței în afaceri	3		
Bibliografie				
1. Lelia Chiru, Vasile Dinu, Antonia Cristiana Enache, Anca Gabriela Ilie, Irina Gabriela Maiorescu, Marieta Olaru, Bogdan Cristian Onete, Rodica Pamfilie, Roxana Sârbu, Violeta Simionescu, Calitate si excelența in afaceri, Editura A.S.E., București, 2013 2. Diaconu Mihaela – Managementul calității in comerț, turism, servicii- fundamente teoretice, aplicații și studii de caz, Editura Universității din Pitești, 2017 3. Diaconu Mihaela- Managementul calității în comerț, turism, servicii-suport de curs pentru IFR, (suport electronic), 2022. 4. Militaru Cezar, Drăguț Bogdănel, Zanfir Adriana – Management prin calitate, Ed. Universitară, București, 2014 5. Oprean Constantin, Țîțu Aurel Mihai- Managementul calității- suport de curs universitar, 2013-2014, Editura Universității Lucian Blaga din Sibiu				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, conținutul portofoliului de activități	1	- dialogul - dezbateră - lucru în echipă - conversația euristică	Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului, Studii de caz, Fascicule din lucrarea practică ▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet - Platforma ZOOM
2	Cadrul conceptual al politicii calității	2		
3	Modalități de implementare a principalelor procese ale sistemului de management al calității - managementul relațiilor cu clienții - managementul resurselor umane - managementul procesului de realizare a produselor/ serviciilor	2		
4	Proceduri operaționale referitoare la asigurarea calității aplicate în cadrul unităților economice	3		
5	Modalități de abordare a relației cu clientul - cum aflăm ce își doresc clienții ? - cuantificarea satisfacției clientului - tehnici de investigație a calității produselor, serviciilor - procedură privind oferirea de produse, servicii de calitate de prima dată - principiile CRM	3		
6	Metode și tehnici specifice strategiei îmbunătățirii continue a calității serviciilor	3		

Bibliografie

1. Lelia Chiru, Vasile Dinu, Antonia Cristiana Enache, Anca Gabriela Ilie, Irina Gabriela Maiorescu, Marieta Olaru, Bogdan Cristian Onete, Rodica Pamfilie, Roxana Sârbu, Violeta Simionescu, Calitate si excelenta in afaceri, Editura A.S.E., București, 2013
2. Diaconu Mihaela – Managementul calității în comerț, turism, servicii- fundamente teoretice, aplicații și studii de caz, Editura Universității din Pitești, 2017
3. Diaconu Mihaela- Managementul calității în comerț, turism, servicii-suport de curs pentru IFR, (suport electronic), 2022.

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și modelelor referitoare la managementul calității din domeniul administrării afacerilor vor satisface așteptările reprezentanților angajatorilor din domeniul economic
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților mediului de afaceri

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate	Evaluare scrisă finală	50%
10.5 Seminar	- capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate; - capacitatea de aplicare în practică	Prezența și participarea activă la seminarii și realizarea portofoliului de activități	50%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei și explicarea interdependențelor dintre ele, respectiv conceptul calitate, sistemul de management al calității, organizarea activității de asigurare a calității într-o organizație		

Data completării
15 septembrie 2022

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2022

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Analiză economico-financiară, 2022-2023

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					Analiză economico-financiară					
2.2	Titularul activităților de curs					Lect. univ. dr. Gâdoiu Mihaela					
2.3	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Gâdoiu Mihaela					
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	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 și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								10
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								12
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	Cunoașterea noțiunilor economice fundamentale de economie, contabilitate, finanțe, statistică dobândite în anii anteriori de facultate.
4.2	De competențe	Utilizarea adecvată a cunoștințelor fundamentale de teorie economică; Culegerea, prelucrarea și analiza datelor economice în cadrul organizațiilor; Utilizarea eficientă a resurselor sistemelor de calcul, de operare și ale internetului; Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	Calculator / laptop cu acces la internet pentru cadrul didactic și fiecare student pentru a utiliza aplicația Zoom în modul audio-video și platforma de e-learning.
5.2	De desfășurare a seminarului	Calculator / laptop cu acces la internet pentru cadrul didactic și fiecare student pentru a utiliza aplicația Zoom în modul audio-video și platforma de e-learning. Fiecare student folosește un minicalculator pentru rezolvarea studiilor de caz; participarea studenților la susținerea testului; participarea studenților la seminarii.

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 1 PC C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 1 PC C.4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Să dezvolte capacitatea de analiză și sinteză a studenților, prin însușirea unor metode și tehnici de investigare, cuantificare și interpretare a fenomenelor și proceselor economice care reflectă activitatea entității.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Să identifice și să cunoască un sistem de indicatori economico-financiarți utilizați în analiza performanțelor și a poziției financiare a entităților economice; 2. Să cunoască sursele informaționale pentru analiza economico-financiară;

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Bazele teoretice și metodologice ale analizei economico-financiare; Analiza economico – financiară : necesitate, conținut, tipuri, obiective, surse informaționale; Metode și tehnici utilizate în analiza economico-financiară	2	Prelegere și dialog, expunere prin mijloace audio-vizuale (Zoom)	Studentii au acces la suportul de curs și în format electronic care facilitează învățarea graduală și structurată.
2	Analiza diagnostic a activității de producție și comercializare: Analiza cifrei de afaceri. Particularități ale cifrei de afaceri în turism; Analiza producției exercițiului; Analiza marjei comerciale; Analiza valorii adăugate	2		
3	Analiza gestiunii resurselor umane: Analiza asigurării cu personal din punct de vedere cantitativ, structural și calitativ; Analiza productivității muncii și a consecințelor sale economico-financiare	2		
4	Analiza cheltuielilor; Analiza cheltuielilor la 1000 lei venituri; Analiza cheltuielilor cu personalul	2		
5	Analiza rentabilității Analiza dinamicii și structurii rezultatelor pe baza soldurilor intermediare de gestiune Analiza structurală și factorială a profitului	2		
6	Analiza ratelor de rentabilitate Analiza rentabilității pe baza pragului de rentabilitate	2		
7	Analiza poziției financiare pe baza bilanțului Analiza dinamicii și structurii activelor Analiza dinamicii și structurii pasivelor (datoriilor și capitalurilor proprii)	2		
Bibliografie 1. M.D. Bondoc, <i>Analiză economico-financiară. Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă</i> , Editura Universității din Pitești, 2019 2. M.D. Bondoc, M. Gădoiu, <i>Analiza economico-financiară –suport de curs pentru învățământul frecvență redusă (pe suport electronic)</i> , 2022. 3. M. Gădoiu, <i>Perfecționarea diagnosticului financiar</i> , Ed.Universitară, București, 2015 4. L. Ionescu, <i>Analiză economico-financiară</i> , Ed. Pro Universitaria, București, 2016 5. M. Pânteia, <i>Analiza economico-financiară – instrument al managementului întreprinderii</i> , Editura Universității de Vest, 2017 6. V. Robu, I. Anghel, E. Șerban, <i>Analiza economico-financiară a firmei</i> , Editura Economică, București, 2014				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Analiza economico- financiara: necesitate, continut, tipuri, obiective, surse informationale. Metode și tehnici utilizate în analiza economico-financiară	2	dialogul prin mijloace audio-vizuale (Zoom) - exercițiul - studiul de caz - consultații	În cadrul primei întâlniri se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile utilizate în evaluarea
2	Studiu de caz privind analiza cifrei de afaceri	2		
3	Studiu de caz privind analiza producției exercițiului și analiza marjei comerciale ; Studiu de caz privind analiza valorii adăugate.	2		

4	Studiu de caz privind analiza asigurării cu resurse de muncă și a folosirii timpului de lucru pentru personal; Studiu de caz privind analiza productivității muncii	2		rezultatelor învățării. La rezolvarea studiilor de caz se vor utiliza minicalculatoare. Lucrarea de control se va susține prin intermediul platformei E-learning Temele de casă vor fi predate în ultimul seminar.
5	Studiu de caz privind analiza cheltuielilor la 1000 lei venituri totale; Studiu de caz privind analiza cheltuielilor la 1000 lei cifră de afaceri. Studiu de caz privind analiza cheltuielilor cu salariile. Studiu de caz privind analiza cheltuielilor financiare	2		
6	Studiu de caz privind analiza rezultatului brut aferent activității de bază; Studiu de caz privind analiza ratei rentabilității economice.	2		
7	Studiu de caz privind analiza ratei rentabilității comerciale; Analiza rentabilității pe baza pragului de rentabilitate.	2		

Bibliografie

1. M.D. Bondoc, *Analiză economico-financiară. Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă*, Editura Universității din Pitești, 2019
2. M.D. Bondoc, M. Gădoi, *Analiza economico-financiară –suport de curs pentru învățământul frecvență redusă (pe suport electronic)*, 2022
3. M. Gădoi, *Perfecționarea diagnosticului financiar*, Ed.Universitară, București, 2015
4. L. Ionescu, *Analiză economico-financiară*, Ed. Pro Universitaria, București, 2016
5. M. Pânte, *Analiza economico-financiară – instrument al managementului întreprinderii*, Editura Universității de Vest, 2017
6. V. Robu, I. Anghel, E. Șerban, *Analiza economico-financiară a firmei*, Editura Economică, București, 2014

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu programele analitice din alte centre universitare din țară deoarece cadrele didactice care predau disciplinele din sfera analizei economico-financiare sunt membri ai SRAEF (Societatea Română de Analiză Economico-Financiară) și participă anual la dezbateri privind noutățile din domeniu care să fie introduse în conținutul disciplinelor. Competențele care vor fi obținute de către studenți prin studiile de caz de la seminarii pot să răspundă așteptărilor mediului de afaceri care dorește absolvenți cu o capacitate dezvoltată de analiză a performanțelor. 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	Evaluare finală	Probă scrisă prin intermediul platformei de e-learning	50%
10.5 Seminar	Prezență și activitate seminar	Evaluarea participării studentului în timpul seminarului	20%
	Evaluare periodică	Lucrare de control	20%
	Teme de casă	Corectitudinea rezolvării temelor de casă	10%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei și explicarea dinamicii principalilor indicatori economico – financiari pe baza influenței factorilor specifici.		

Data completării
16 septembrie 2022

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2022

Director de departament,
(prestator)
Conf. univ. dr. Luminița Șerbănescu

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

FIȘA DISCIPLINEI

Antreprenoriat în comerț, turism și servicii, 2022-2023

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					Antreprenoriat în comerț, turism și servicii					
2.2	Titularul activităților de curs					Conf. univ. dr. Carmen Gabriela SECARĂ					
2.3	Titularul activităților de seminar/proiect					Conf. univ. dr. Carmen Gabriela SECARĂ					
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	1	3.3	S / L / P	1 + 1
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care curs	14	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								20
Pregătire proiecte, teme, referate, portofolii, eseuri								12
Tutorat								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	Elemente de management și marketing – studiate în anul I.
4.2	De competențe	Capacități de comunicare interpersonală, analiză, sinteză, raționament logic verbal, acuratețea ideilor expuse.

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 - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM
5.2	De desfășurare a seminarului/proiectului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii/laboratoare proiecte - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Diversificarea și completarea cunoștințelor manageriale, printr-o abordare interdisciplinară a operațiunilor economice, în vederea dezvoltării capacității de a acționa responsabil, independent și creativ în procesul de evaluare și soluționare a problemelor din mediul specific afacerilor în comerț, turism și servicii.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> - Înțelegerea sensurilor de administrare, afaceri, administrare în afaceri; - Cunoașterea sistemului afacerilor, pornind de la un plan de afaceri;

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Firma și întreprinzătorul	2	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ organizatorul grafic ▪ exercițiul ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> - Prezentări în power-point - Studii de caz
2	Întreprinderile mici și mijlocii	3		
3	Oportunitatea economică	3		
4	Planul de afaceri al înființării unei societăți comerciale	3		
5	Studii de fezabilitate și managementul investițional al întreprinderii	3		
Bibliografie				
1. Axinte, Gh., - <i>Management, marketing și antreprenoriat în turismul românesc</i>, Editura Sitech, Craiova, 2010; 2. Ghenea, M., <i>Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri</i>, Editura Universul Juridic, 2011. 3. Hisrich, R., Peters, M., Shepherd, D., - <i>Entrepreneurship</i>, McGraw-Hill Irwin, New York, 2013. 4. Nicolescu, O., – <i>Pregătirea și gestionarea afacerilor</i>, Editura Comunicare, 2005; 5. Nicolescu, O., – <i>Managementul întreprinderilor mici și mijlocii</i>, Editura Economică, București, 2001; 6. Nicolescu, O., Nicolescu, C., - <i>Intreprenoriatul și managementul întreprinderilor mici și mijlocii</i>, Editura Economică, București, 2008; 7. Popescu, D., Chivu I., – <i>Planul de afaceri al înființării unei societăți comerciale</i>, Editura Luceafărul, București, 2008; 8. Rusu S., - <i>Antreprenoriat în turism și industria ospitalității</i>, Editura C.H. Beck, București, 2014. 9. Secară, C., Axinte, Gh., – <i>Antreprenoriat în comerț, turism și servicii - curs universitar pentru IFR-</i>, Editura Sitech, Craiova, 2010 10. Secară C., - <i>Antreprenoriat în comerț, turism și servicii, manual universitar destinat pregătirii studenților de la forma de învățământ frecvență redusă</i>, 2022				
8.2. Aplicații: Seminar + Proiect		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 -analiza de date	- conversația euristică - Analiza critic – constructivă a lucrărilor realizate - Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
2	Identificarea principalelor surse de oportunități economice necesare pentru demararea unei afaceri	4		
3	Etapele elaborării unui plan de afaceri și elaborarea propriu-zisă a acestuia, ținând seama de oportunitatea economică și parcurgând funcțiile managementului unei organizații	4		
4	Analiza relației plan de afaceri – studiu de fezabilitate	4		
5	Relevarea erorilor frecvente în elaborarea și prezentarea planului de afaceri	4		
6	Studiu de caz: Proiectarea unei afaceri în domeniul turismului	4		
7	Studiu de caz: Proiectarea unei afaceri în domeniul comerțului	4		
8	Evaluare finală	2		
Bibliografie:				
1. Axinte, Gh., - <i>Management, marketing și antreprenoriat în turismul românesc</i>, Editura Sitech, Craiova, 2010; 2. Dobrescu, A., Potecea, V., – <i>Inițierea, proiectarea și derularea afacerilor</i>, Editura Universul juridic, București, 2005; 3. Larry C Farrell , <i>Cum să devii anteprenor. Dezvoltă-ți propria afacere</i>, Editura Curtea Veche, 2012. 4. Nicroescu, E., Golea, P., – <i>Managementul organizației comerciale</i>, Editura Ex Ponto, 2004; 5. Păunescu, M., – <i>Organizarea și câmpuri organizaționale</i>, Editura Polirom, Iași, 2006; 6. Secară, C., Axinte, Gh., - <i>Antreprenoriat în comerț, turism și servicii- curs universitar pentru IFR-</i>, Editura Sitech, Craiova, 2010 7. Rusu S., - <i>Antreprenoriat în turism și industria ospitalității</i>, Editura C.H. Beck, București, 2014.				

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

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

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

10. Evaluare

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

Data completării
20 septembrie 2022

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2022

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Comunicare și relații publice în afaceri, 2022-2023

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					Comunicare și relații publice în afaceri					
2.2	Titularul activităților de curs					Conf. univ. dr. Secară Carmen Gabriela					
2.3	Titularul activităților de seminar					Conf. univ. dr. Secară Carmen Gabriela					
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	2	3.2	din care curs	1	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	28	3.5	din care curs	14	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								15
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								18
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	47						
3.8	Total ore pe semestru	75						
3.9	Număr de credite	3						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu videoproiector - Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart și cretă / marker - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii/laboratoare proiecte - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

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

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	TEMA 1 <u>COMUNICAREA INTERUMANĂ EFICIENTĂ</u> 1.1. Realizarea comunicării eficiente 1.2. Funcțiile comunicării 1.3. Formele comunicării	3	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul</i> <i>(prezentarea în power –point)</i> ▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet - Platforma ZOOM
2	TEMA 2 <u>COMUNICAREA PRACTICĂ</u> 2.1. Comunicarea eficientă în cadrul interviului de angajare 2.2. Întrebări uzuale la interviu 2.3. Obținerea unui job / post mai bun 2.4. Abilități de comunicare managerială și de gestionare a relației cu clienții 2.5. Legătura structurală dintre atitudine și comportament	3		
3	TEMA 3 <u>ANALIZA TRANZACȚIONALĂ</u> 3.1. Definirea analizei tranzacționale 3.2. Stările de spirit 3.3. Analiza funcțională a stărilor Eului	2		
4	TEMA 54 <u>CONCEPTUL DE RELAȚII PUBLICE ȘI EVOLUȚIA ACESTORA</u> 4.1. Noțiuni generale de relații publice 4.2. Caracteristicile procesului de relații publice 4.3. Componentele procesului de relații publice 4.4. Departamentele și firmele de relații publice	3		
5	TEMA 5 <u>CAMPANIA DE RELAȚII PUBLICE</u> 5.1. Tipuri de campanii de relații publice 5.2. Caracteristicile campaniilor de relații publice de success 5.3. Tehnici folosite în activitatea de relații publice 5.4. Derularea unei campanii de relații publice	3		
Bibliografie 1 Adler, Ronald B. și Rodman, G. - <i>Understanding Human Communication</i> , 9th edition, Oxford University Press, New York, 2006				

2	Balaban Delia, Cristina, Hosu Ioan, Mucundorfeanu Meda	- <i>PR Trend. Development and Trends in Communication</i> , Mittweida Hochschulverg, Germany, 2013
3	Chir, I.	- <i>Comunicarea interpersonală</i> , Editura Tritonic, București, 2009
4	Coman, C.	- <i>Tehnici de negociere</i> , Ed. C.H. Beck, București , 2007
5	Cmeciuc Camelia	- <i>Tendințe actuale în campaniile de relații publice</i> , Editura Polirom, 2013
6	Dobrescu E., Botezat E.	- Dicționar de comunicare, negociere și mediere, Ed. C.H. Beck, 2007
7	Drăgan, I.	- <i>Comunicarea. Paradigme și teorii</i> , vol. I-II, Editura RAO, București, 2007
8	Hargie, O., Dickson, D.	- <i>Skilled Interpersonal Communication, 4th edition</i> , London and New York, 2004
9	Prutianu, Ș.	- <i>Antrenamentul abilităților de negociere</i> , Editura Polirom, 2007
10	Mucchielli Alex	- <i>Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare</i> , Editura Polirom, 2015
11	Newsom, Doug	- <i>Totul despre relațiile publice</i> , Editura Polirom, Iași, 2013
12	Popescu, S.	- <i>Tehnici de comunicare și negociere – o perspectivă psihosociologică</i> , Ed. Hamangiu, 2014
13	Rujoiu, M.	- <i>Biblia negociatorului</i> , Editura Vidia, 2011
14	Popescu, D., M.	- <i>Comunicare și negociere în afaceri</i> , Ed. Biblioteka, 2010
15	Shell, G.,R.	- <i>Negocierea în avantaj</i> , Editura Codecs, București, 2007
16	Smith, Ronald D.,	- <i>Strategic Planning for Public Relations, 2nd edition</i> , Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, Mahwah (N.J.), London, 2005
17	Secară, C., G.	- <i>Comunicare și negociere comercială internațională – curs universitar</i> , Editura Sitech, Craiova, 2011
18	Secară, C., G.	- <i>Comunicare și relații publice în afaceri. Fundamente teoretice și teste grilă – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă</i> , 2022
19	Vasile, D.	- <i>Comunicare și negociere în afaceri</i> , Ed. ASE București, 2011.

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

Bibliografie:

1.	Balaban, D., Abrudan, M.	- <i>Tendințe în PR și publicitate, planificare strategică și instrumente de comunicare</i> , Editura Tritonic, București, 2008
2.	Balaban, D.	- <i>Comunicare mediatică</i> , Ed. Tritonic, București, 2009
3.	Balaban, C., D., Hosu, I, Mucundorfeanu, M.	- <i>PR Trend. Development and Trends in Communication</i> , Mittweida Hochschulverg, Germany, 2013
4.	Dagenais, B.	- <i>Campania de relații publice</i> - , Editura Polirom, Iași, 2008
5.	Choen, H.	- <i>Arta de a negocia</i> , Editura Humanitas, București, 2007;
6.	Curry, J., E.	- <i>Negocieri internaționale în afaceri</i> , Editura Teora, București, 2000;
7.	Joannes, A.	- <i>Comunicarea prin imagini</i> , Editura Polirom, Iași, 2009
8.	Mucchielli, A.,	- <i>Comunicarea în instituții și organizații</i> , Editura Polirom, Iași, 2008
9.	Minulescu, M.,	- <i>Comunicare organizațională</i> , Editura Fundației România de Măine, București, 2004;
10.	Pânișoară, I., O.	- <i>Comunicarea eficientă</i> , Editura Polirom, Iași, 2006
11.	Popescu, S.,	- <i>Tehnici de comunicare și negociere – o perspectivă psihosociologică</i> , Ed. Hamangiu, 2014
12.	Secară, C., G.	- <i>Comunicare și relații publice în afaceri. Fundamente teoretice și teste grilă – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă</i> , 2022
13.	Secară, C.,G.	- <i>Comunicare și negociere comercială internațională – curs universitar</i> -, Editura Sitech, Craiova, 2011
14.	Tudor, D.	- <i>Relații publice în mediul internațional – curs universitar</i> , Editura SNSPA, București, 2006

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare finală.	30%
10.5 Seminar	-participarea activă la seminar și prezență, rezolvarea studiilor de caz; - test de verificare - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă.	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog. - Testare orală; - Prezentarea orală a temei de casă.	30% 20% 20%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul comunicării și relațiilor publice 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Comunicare și relații publice" 3. Capacitatea de a aplica cunoștințele dobândite în realizarea unei campanii de relații publice.		

Data completării
20 septembrie 2022

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2022

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Tehnica operațiunilor de turism
anul universitar: 2022 - 2023

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei					Tehnica operațiunilor de turism						
2.2 Titularul activităților de curs					Lect. univ. dr. Cristina MICU						
2.3 Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Cristina MICU						
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	A

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de inv.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								20
Tutorat								4
Examinări								2
Alte activități								3
3.7	Total ore studiu individual	69						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector - Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart și cretă / marker - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM
5.2	De desfășurare a laboratorului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii/laboratoare proiecte - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

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

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații
1	Componente și operatori în dezvoltarea turismului 1.1. Componentele dezvoltării turismului 1.2. Principalii operatori în dezvoltarea turismului	2	- Prelegerea - Explicația - Expunere cu material suport - Conversație euristică - Problematizare	- Scurte prezentări în power-point pentru stimularea dezbaterilor - Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet - Platforma ZOOM
2	Modele de organizare și conducere a firmelor de turism 2.1. Dimensiunea orizontală a structurii organizatorice 2.2. Dimensiunea verticală a structurii organizatorice 2.3. Aplicabilitatea Yield Managementului în industria turismului 2.4. Abordări ale performanțelor firmelor de turism	3		
3	Agencia de turism – concept, tipologie și reglementări 3.1. Agenția de turism – concept și funcții 3.2. Tipologia agențiilor de turism 3.3. Tipologia rețelelor de agenții de turism 3.4. Reglementări privind funcționarea agențiilor de turism din România	3		
4	Structura tehnică a unei agenții de turism 4.1. Organizarea internă a agenției de turism 4.2. Personalul agenției de turism 4.3. Documente utilizate de către agențiile de turism	2		
5	Mediul agențiilor de turism și operațiunile lor 5.1. Principalele activități ale agenției de turism 5.2. Strategiile agenției de turism 5.3. Mediul intern al agențiilor de turism 5.4. Mediul extern al agențiilor de turism	2		
6	Touoperatorii și produsele lor 6.1. Touoperatorul – concept și funcții 6.2. Tipuri de produse oferite de touropeartori 6.3. Strategii de activitate ale touroperatorilor 6.4. Sistemele computerizate de rezervări	3		
7	Distribuția și comercializarea produselor turistice 7.1. Distribuția în turism – concept și caracteristici 7.2. Etapele comercializării produselor turistice 7.3. Modalități de promovare a produselor turistice	2		
8	Asigurarea și protecția turistului 8.1. Conceptul de asigurare în turism 8.2. Tipuri de asigurări în turism 8.3. Asigurarea personală a turiștilor 8.4. Asigurarea bunurilor turiștilor	2		
9	Transportatorii aerieni 9.1. Tipologia curselor aeriene pentru pasageri 9.2. Structura cheltuielilor în transportul aerian 9.3. Sisteme de rezervări în transportul aerian 9.4. Cursele aeriene low-cost – caracteristici și condiții de călătorie	2		
10	Alte forme de transport turistic 10.1. Transportul turistic rutier 10.2. Transportul turistic feroviar 10.3. Transportul turistic naval	3		

11	Contractele de intermediere și asociere în turism 11.1. Contracte de intermediere în turism 11.2. Contracte de asociere în turism	2		
12	Operațiuni și instrumente de plată în turism 12.1. Cecul de călătorie 12.2. Voucherul turistic	2		
Bibliografie 1. Ban Olimpia Iuliana, <i>Distribuția în turism și e-mediarii</i> , Editura Universitară Clujeană, 2015. 2. Bobâlcă, Claudia, Țugulea, Oana, Maha, Andreea, Maha, Liviu George, <i>Internetul și agențiile de turism. Ce aleg tinerii turiști?</i> , Editura Universitară, 2014. 3. Constantinescu Victor-George, <i>Strategii de promovare a destinațiilor turistice utilizate de agențiile de turism</i> , Editura Economică, 2021. 4. Coros, Monica Maria, <i>Managementul cererii și ofertei turistice</i> , Editura C.H. Beck, 2015. 5. Cristea Anca Adriana, <i>Industria agrementului în turism</i> , Editura Pro Universitară, 2018. 6. Gabor Manuela Rozalia, Oltean Flavia, <i>Produse inovative în turismul intern și internațional</i> , Editura C.H. Beck, București, 2015. 7. Glăvan, Vasile, Nicula, Virgil, Copetchi, Virgil, <i>Agenția de turism: înființare, organizare, management, activitate, operații</i> , Editura Pro Universitaria, București, 2011. 8. Micu Cristina, <i>Tehnica operațiunilor de turism – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă</i> (suport electronic), 2022. 9. Molnar Elisabeta Ilona, <i>Operaționalizarea transporturilor turistice aeriene</i> , Editura Uranus, Bucuresti, 2014 10. Stănculescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz</i> , Editura C.H. Beck, București, 2009. 11. Stănculescu, Gabriela, <i>Managementul operațiunilor în turismul de evenimente</i> , Editura ASE, București, 2010. 12. Stănculescu Gabriela, State Olimpia, <i>Tehnica operațiunilor de turism intern și internațional</i> , Editura C.H. Beck, București, 2013 13. Stănculescu, Gabriela, <i>Managementul agenției de turism</i> , Ediția a III-a, Editura ASE, București,2012. 14. Timothy Lee, Stănculescu, Gabriela, <i>Practical principles in the tourism and hotel industry</i> ,Editura, București, 2011.				
8.2. Aplicații : Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, prezentarea structurii proiectului și distribuirea temelor		1	Expunere Problematizare Exerciții de reflecție Dezbateri Explicație	Lucrul în echipă Prezentări temă de casă Demonstrație cu ajutorul mijloacelor moderne audio-vizuale (scurte prezentări PowerPoint) Calcul economice ▪ Studii de caz ▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet - Platforma ZOOM
2. Modele de organizare a firmelor de turism.		2		
3. Mediul agențiilor de turism. Documente utilizate de agenția de turism.		2		
4. Fișa de prezentare a agenției de turism.		2		
5. Cota de piață a agenției de turism. Determinarea prețului de vânzare a produsului turistic.		2		
6. Conceperea și comercializarea unui produs turistic intern si internațional.		3		
7. Touroperatorii. Studii de caz pe touroperatorii aparținând diferitelor zone geografice.		2		
8. Documente folosite în serviciile de transport aerian.		2		
9. Garanția contractuală în cadrul unui contract încheiat între agenția de turism și hotel. Modele de contracte și vouchere		2		
10. Tarife de transport aerian.		2		
11. Companii aeriene low-cost.		2		
12. Sisteme de rezervări utilizate în turism		2		
13. Analiza principalilor indicatori financiari ai agenției de turism.		2		
14. Evaluare finală		2		
Bibliografie: 1. Ban, Olimpia, <i>Tehnica operațiunilor de turism</i> , Universitatea din Oradea, 2010. 2. Bobâlcă, Claudia, Țugulea, Oana, Maha, Andreea, Maha, Liviu George, <i>Internetul și agențiile de turism. Ce aleg tinerii turiști?</i> , Editura Universitară, 2014. 3. Buruiană, Gianina, <i>Politici macroeconomice în turism</i> , Editura Uranus, București, 2008. 4. Constantinescu Victor-George, <i>Strategii de promovare a destinațiilor turistice utilizate de agențiile de turism</i> , Editura Economică, 2021. 5. Cristea Anca Adriana, <i>Tehnica operațiunilor de turism. Studii de caz. Teste grilă</i> , Editura Pro Universitaria, 2013. 6. Gabor Manuela Rozalia, Oltean Flavia, <i>Produse inovative în turismul intern și internațional</i> , Editura C.H. Beck, București, 2015. 7. Glăvan, Vasile, Nicula, Virgil, Copetchi, Virgil, <i>Agencia de turism: înființare, organizare, management, activitate, operații</i> , Editura Pro Universitaria, Bucuresti, 2011				

8. Micu Cristina, *Tehnica operațiilor de turism – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă* (suport electronic), 2022.
9. Nedelea Mircea Alexandru, *Turism. Studii de caz*, Editura Economică, 2021.
10. Stănciulescu, Gabriela, Pantelescu, Andreea Marin, *Tehnica operațiilor de turism. Studii de caz și probleme*, Editura ASE, 2008
11. Stănciulescu, Gabriela, Micu, Cristina, *Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz*, Editura C.H. Beck, București, 2009.
12. Stănciulescu, Gabriela, *Managementul agenției de turism*, Ediția a III-a, Editura ASE, București, 2012.
13. Stănciulescu Gabriela, State Olimpia, *Tehnica operațiilor de turism intern și internațional*, Editura C.H. Beck, București, 2013
14. Stepan Aurel, *Evoluția și stadiul actual al sistemelor informatice de rezervare hotelieră*, Timișoara, 2009
15. *** Travel Information Manual –IATA
16. www.anat.ro
17. <http://www.amadeus.net/plnext/meb/HomePageDispatcher.action?SITE=BCEUBCEU&LANGUAGE=GB>
18. <http://www.reservationseurope.com/hotel/czech/prague/galileo-hotel.html?gclid=CNWB07zHzZ0CFcQSzAodG3t9uA>
19. www.travelocity.com
20. www.travelweb.com
21. www.enquest.com
22. www.turism.gov.ro

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

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

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

9. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore)	30 %
10.5 Seminar	• Prezență și activitate la seminar – evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog.	20%
	• Test de verificare – rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii	• Testare	20%
	• Temă de casă – se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse	• Evaluarea temei de casă și chestionare orală	30%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea principalelor concepte specifice operațiilor de turism		

Data completării
21 septembrie 2022

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2022

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Managementul destinației turistice
 anul universitar: 2022 - 2023

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					Managementul destinației turistice					
2.2	Titularul activităților de curs										
2.3	Titularul activităților de seminar										
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	A

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								24
Tutorat								3
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	69						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea aprofundată a principalelor noțiuni, abordări, tipuri de acțiuni și organizații din sfera administrării destinațiilor turistice.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte specifice domeniului managementul destinațiilor turistice. 2. Aplicarea și explicarea tehnicilor și a instrumentelor specifice activității organizațiilor ce acționează la nivelul destinațiilor turistice naționale și internaționale. 3. Cunoașterea aprofundată a modalităților de gestionare a conștientizării unui produs turistic reprezentat de o destinație turistică, a tehnicilor de comercializare și a comportamentului agenților economici în contextul creat de legislația și regulamentele aferente în vigoare. <u>B. Obiective procedurale</u> 4. Fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare specifice destinațiilor turistice; 5. Identificarea unor situații concrete de aplicare a principiilor specifice managementului destinațiilor turistice;

	7. Rezolvarea de probleme complexe asociate vânzării produselor turistice reprezentate de destinațiile turistice. 8. Analiza relațiilor dintre consumatorii și furnizorii ce acționează în sfera destinațiilor turistice și luarea deciziilor adecvate. 9. Realizarea unor programe turistice pe destinații turistice naționale și internaționale. <u>C. Obiective atitudinale</u> 10. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în domeniul managementului destinației turistice; 11. Cooperarea în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor activități desfășurate la nivelul destinațiilor turistice.
--	---

8. Conținuturi

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

Bibliografie

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

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

Bibliografie:

1. Coros, Monica Maria, *Managementul cererii și ofertei turistice*, Editura C.H. Beck, 2015.
2. Micu Cristina, *Dezvoltarea turismului durabil. Modelarea factorilor de influență*, Editura Uranus, București, 2013.
3. Robinson, Peter, *Tourism: The key concepts*, Rotledge Taylor&Francis Group, 2012.
4. Rotariu Ilie, *Dezvoltarea destinației turistice*, Editura Alma Mater, Sibiu, 2008.
5. Neacșu Nicolae, Băltărețu Andreea, Neacșu Monica, Drăghilă Marcela, *Resurse și destinații turistice în România*, Editura Universitară, 2016.
6. <http://www.weforum.org/reports/travel-tourism-competitiveness-reports>
7. <http://www.unwto.org>
8. <http://www.etc-corporate.org/index.php>

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore)	30 %
10.5 Seminar	• Activitate seminar și prezență - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii. • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea temei de casă și chestionare orală	20% 20% 30%
10.6 Standard minim de performanță	1. Cunoașterea principalelor concepte specifice managementului destinației turistice. 2. Realizarea corectă și în timp real a unei strategii specifice privind managementul unei destinații turistice.		

Data completării
21 septembrie 2022

Titular de curs,

Titular de seminar,

Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2022

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Tranzacții comerciale, 2022-2023

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei												Tranzacții comerciale			
2.2 Titularul activităților de curs															
2.3 Titularul activităților de seminar															
2.4 Anul de studii		III		2.5 Semestrul		1		2.6 Tipul de evaluare		C		2.7 Regimul disciplinei		A	

3. Timpul total estimat

c. 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								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								10
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								1
3.7	Total ore studiu individual	69						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii/laboratoare proiecte - Susținerea testului de verificare - Respectarea termenelor de prezentare a proiectului - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina <i>Tranzacții Comerciale</i> are menirea de a transmite studenților informațiile necesare privind inițierea și fundamentarea unei operațiuni de comerț exterior. O caracteristică a cursului o constituie interdisciplinaritatea, îmbinând, în logica teoriei unei afaceri internaționale, mai multe discipline economice pe care, un economist trebuie să le cunoască pentru a încheia contracte comerciale internaționale.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Cunoașterea și înțelegerea noțiunilor legate de politicile comerciale, de contractarea internațională, de tehnicile de plată în tranzacțiile comerciale, operațiunile de import-export; 2. Explicarea și interpretarea mecanismelor de funcționare a tranzacțiilor comerciale; 3. Înțelegerea și aplicarea principiilor și metodelor fundamentale de investigare specifice;

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Conceptul de tranzacții comerciale	2	▪ prelegerea ▪ explicația ▪ conversația euristică ▪ dezbaterile cu oponent imaginar	▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet - Platforma ZOOM
2	Obiectul tranzacțiilor comerciale	2		
3	Exportul și importul direct	3		
4	Exportul și importul indirect	3		
5	Contractul de comerț exterior - periațiuni precontractuale	3		
6	Elementele contractului de comerț exterior	3		
7	Instrumente de plată în tranzacțiile comerciale	3		
8	Modalități de plată în tranzacțiile comerciale	3		
9	Operațiuni comerciale combinate - operațiuni în contrapartidă	3		
10	Operațiuni comerciale combinate – operațiuni de lohn	3		
Bibliografie				
1. Burciu Aurel (coord.), <i>Tranzacții comerciale internaționale</i> , Editura Polirom, Iași, 2010				
2. Ciobanu Gheorghe (coord.), <i>Tranzacții economice internaționale</i> , Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2009				
3. Ciobanu Gheorghe, Deceanu Liviu, Postelnicescu Cătălin, Mocan Andrei, <i>Tranzacții economice și afaceri internaționale</i> , Editura Universității Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca, 2012				
4. Dobrescu A., Potecea V., Sebea M, <i>Derularea tranzacțiilor comerciale</i> , Editura Niculescu, București, 2008				
5. Funaru Mihaela, <i>Tehnica operațiunilor de comerț exterior</i> , Editura C.H.Beck, 2013				
6. Ionescu Adela, Orheian Oana, <i>Tranzacții comerciale internaționale</i> , Editura Pro Universitaria, București, 2013				
7. Man Mihai Liviu, <i>Tranzacții internaționale</i> , Editura Eftimie Murgu, Reșița, 2009				
8. Mecu Dragoș Gabriel, <i>Evoluția tranzacțiilor comerciale internaționale și a investițiilor în contextul globalizării economiei mondiale</i> , Editura Alfa, Iași, 2012				
9. Mionel Oana, <i>Tranzacții comerciale. De la național la internațional</i> , Ediția a II-a revizuită și adăugită, Editura Universitară, București, 2016				
10. Pistol Luminița, <i>Tehnici de comercializare și cooperare economică internațională</i> , Editura Fundației România de Măine, București, 2007				
11. Popa Ioan, <i>Tehnica operațiunilor de comerț exterior</i> , Editura Economică, București, 2008				
12. Popescu Nela, <i>Tranzacții comerciale</i> . Ediția a II-a revăzută și adăugită, Editura ASE, București, 2016				
13. Secară Mirela, <i>Tranzacții comerciale. Manual de studiu individual</i> , Editura Pro Universitaria, București, 2012				
14. Tuță Loredana, <i>Tranzacții comerciale</i> – suport de curs pentru învățământul frecvență redusă (pe suport electronic), 2022				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor pentru proiect	2	- dialogul - dezbateri lucru în echipa - conversația euristică	Studii de caz, prezentare temă de casă, test de verificare ▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet - Platforma ZOOM
2	Modalități de realizare a operațiunilor de comerț exterior	6		
3	Elementele contractului de comerț exterior	4		
4	Instrumente de plată în tranzacțiile comerciale	4		
5	Modalitățile de plată în tranzacțiile comerciale	4		
6	Operațiuni comerciale combinate	6		
7	Evaluare finală	2		

Bibliografie

1. Belu Mihaela, *Operațiuni de comerț exterior. Aplicații. Studii de caz*, Editura ASE, București, 2008
2. Caraiani Gheorghe, Potecea Valeriu, *Tranzacții internaționale. Ghid practic și modele de documente*, Editura Wolters Kluwer, 2009
3. Ciobanu Gheorghe (coord.), *Tranzacții economice internaționale*, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2009
4. Dobrescu A., Potecea V., Sebea M., *Derularea tranzacțiilor comerciale*, Editura Niculescu, București, 2008
5. Funaru Mihaela, *Tehnica operațiunilor de comerț exterior*, Editura C.H.Beck, 2013
6. Mionel Oana, *Tranzacții comerciale. De la național la internațional*, Ediția a II-a revizuită și adăugită, Editura Universitară, București, 2016
7. Popa Ioan, *Tehnica operațiunilor de comerț exterior*, Editura Economică, București, 2008
8. Secară Mirela, *Tranzacții comerciale. Manual de studiu individual*, Editura Pro Universitaria, București, 2012
9. Tuță Loredana, *Tranzacții comerciale – suport de curs pentru învățământul frecvență redusă (pe suport electronic)*, 2022

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

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

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

10. Evaluare

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

Data completării

Titular curs,

Titular de seminar,

21 septembrie 2022

Data aprobării în Consiliul departamentului,

Director de departament,
(prestator)Director de departament,
(beneficiar)

30 septembrie 2022

Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

FIȘA DISCIPLINEI

Tehnologie hotelieră și de restaurant anul universitar: 2022 – 2023

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei												Tehnologie hotelieră și de restaurant			
2.2 Titularul activităților de curs												Lect. univ. dr. Cristina MICU			
2.3 Titularul activităților de seminar												Lect. univ. dr. Cristina MICU			
2.4 Anul de studii		III		2.5 Semestrul		2		2.6 Tipul de evaluare		E		2.7 Regimul disciplinei		O	

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	48	3.5	din care curs	24	3.6	S / L / P	24
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								28
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								20
Tutorat								3
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								4
3.7	Total ore studiu individual	77						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector - Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart și cretă / marker - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Abordarea pragmatică a activităților de prestare propriu-zisă a serviciilor hoteliere și de restaurație; cunoșterea teoriilor și metodelor de bază cu privire la industria ospitalității; conceperea și comercializarea de produse și servicii hoteliere și de restaurație atractive.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte specifice serviciilor hoteliere și de restaurație; 2. Cunoașterea trăsăturilor caracteristice unităților de primire turistică și de alimentație publică. 3. Identificarea adecvată a conceptelor legate de planificarea, organizarea, coordonarea și controlul activității resurselor umane în hotelărie și restaurație. 4. Cunoașterea formelor de asociere a afacerilor în hotelărie și restaurație.

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

8. Conținuturi

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

Bibliografie

1. Buruiană Geanina, *Ghid de bune practice în turism și hotelărie*, Editura Uranus, București, 2011.
2. Caramidă Cristian, *Brandul ospitalității. Volumul I*, Editura Brandmark, 2011.
3. Costea Mihai, *Implicațiile noilor tehnologii informaționale în creșterea competitivității turistice*, Editura Economică, 2019.

4. Diaconu Mihaela, <i>Strategii si politici comerciale in turism si industria ospitalitatii</i> , Editura Universității din Pitești, 2015.				
5. Florea, Constantin, <i>Manualul practic al ospătarului</i> , Colecția 25 THR , 2010.				
6. Florea Cristian, <i>Strategii de criză în managementul durabil. Studiu de caz România</i> , Editura Universitară, 2020.				
7. Gabor Manuela Rozalia, Oltean, Flavia, <i>Produse inovative în turismul national și international</i> , Editura C.H. Beck, 2015.				
8. Iunius, Ray F., Fraenkel, Stefan, <i>Hotellerie de lux. Productivite, qualite, rentabilite</i> , Editura De Boeck, 2009.				
9. Lupu, Nicolae, <i>Hotelul. Economie și management. Ediția a VI a</i> , Editura C.H. Beck, București, 2010.				
10. Micu Cristina, <i>Tehnologie hotelieră și de restaurant - suport de curs pentru învățământul frecvență redusă</i> (pe suport electronic), 2022.				
11. Rusu Sergiu, <i>Antreprenoriat în industria ospitalității</i> , Editura C.H. Beck, 2014.				
12. Stavrositu, Stere, <i>Ospitalitatea în turismul românesc, Secolele XIX, XX, XXI, Vacanțe plăcute în stațiunile din România</i> , Editura Arta serviciilor în turism, Constanța, 2010.				
13. Stavrositu, Stere, <i>Mangementul calității serviciilor și ospitalitatea în restaurante, gastronomie, hoteluri</i> , Editura Polirom, 2014.				
14. Stănciulescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz</i> , Editura C.H. Beck, București, 2009.				
15. Stănciulescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație</i> , Editura C.H. Beck, București, 2012.				
16. Stănciulescu, Gabriela, <i>Managementul operațiunilor în turismul de evenimente</i> , Editura ASE, București, 2010.				
17. Tang, Alisha. <i>Boutique hotels & hostels : Integrated brand systems in graphics and space</i> . Hong Kong, 2017.				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1.	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, prezentarea structurii temei de casă și distribuirea acestora.	1	Expunere Problematizare Exerciții de reflecție Dezbateri Explicație	Lucrul în echipă Prezentare temă de casă Calcul economic Studii de caz Test de verificare
2.	Prezentarea și comentarea Ordinului 65/2013, Ordinului1179/2018 pentru aprobarea normelor metodologice privind eliberarea certificatelor de clasificare a structurilor de primire turistice cu funcțiuni de cazare și alimentație publică.	1		
3.	Organizarea și funcționarea unităților de cazare.	2		
4.	Ratele de ocupare în cadrul unui hotel.	1		
5.	Tehnici de stabilire a tarifului de cameră	2		
6.	Indicatori de management specifici serviciilor de alimentație publică	1		
7.	Tehnici de stabilire a prețurilor în restaurație - Prețul de vânzare și analiza vânzărilor în alimentație	2		
8.	Tehnici de stabilire a prețurilor în restaurație – Aplicarea principiului pentru toți	2		
9.	Studiu privind deschiderea unei unități de cazare și de alimentație publică	2		
10.	Sisteme de rezervări și documente utilizate în industria hotelieră	2		
11.	Funcțiile și atribuțiile personalului hotelier și din restaurante	2		
12.	Lanțuri hoteliere – clasamente la nivel european și mondial	2		
13.	Lanțuri de restaurante - clasamente la nivel european și mondial	2		
14.	Tipuri de contracte utilizate în industria hotelieră și de restaurație	2		
Bibliografie: 1. Băbăiță Carmen, <i>Cateringul ca afacere</i> , Editura Mirton, Timișoara, 2010. 2. Buruiană Geanina, <i>Ghid de bune practice în turism și hotelărie</i> , Editura Uranus, București, 2011. 3. Costea Mihai, <i>Implicațiile noilor tehnologii informaționale în creșterea competitivității turistice</i> , Editura Economică, 2019. 4. Florea, Constantin, <i>Manualul practic al ospătarului</i> , Colecția 25 THR ,2010. 5. Florea Cristian, <i>Strategii de criză în managementul durabil. Studiu de caz România</i> , Editura Universitară, 2020 6. Lupu, Nicolae, <i>Hotelul. Economie și management. Ediția a VI a</i> , Editura C.H. Beck, București, 2010. 7. Micu, Cristina, <i>Tehnologie hotelieră și de restaurant – manual universitar pentru învățământ cu frecvență redusă</i> , (suport electronic), 2022. 8. Stavrositu, Stere, <i>Mangementul calității serviciilor și ospitalitatea în restaurante, gastronomie, hoteluri</i> , Editura Polirom, 2014. 9. Stănciulescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz</i> , Editura C.H. Beck, București, 2009. 10. Stănciulescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație</i> , Editura C.H. Beck, București, 2012. 11. *** Database MKG Hospitality 12. *** Ordinul 65/2013 privind eliberarea certificatelor de clasificare, a licențelor și brevetelor de turism. 13. *** Ordinul 1179/2018 pentru modificarea și completarea Normelor metodologice privind certificatele de clasificare, a licențelor și brevetelor.				

14.	www.hospitalitynet.org
15.	www.horeca.ro
16.	http://www.hotelcon.com/
17.	www.turism.gov.ro

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă	50 %
10.5 Seminar	• Prezență și activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii. • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Prezență și expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea temei de casă și chestionare orală	10% 20% 20%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea principalelor concepte specifice operațiunilor de hotelărie și restaurație Cunoașterea și aplicarea tehnicilor de determinare a tarifelor în restaurație și hotelărie		

Data completării
21 septembrie 2022

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2022

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Managementul relațiilor cu clienții în comerț, turism, servicii
 anul universitar: 2022 - 2023

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

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

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	48	3.5	din care curs	24	3.6	S / L / P	24
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								24
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutorat								1
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	77						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector și cu tablă / flipchart și cretă / marker - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu fundamentele teoretice și metodologice ale vânzării de bunuri și servicii și formarea deprinderilor practice necesare realizării vânzării producției în cele mai bune condiții, cu maximă rentabilitate.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> - Definirea corectă a obiectului de studiu al <i>managementului relațiilor cu clienții</i> și corelarea cu celelalte discipline; - Cunoașterea particularităților diferitelor modalități de organizare, coordonare și conducere a activităților specifice de vânzare a produselor/serviciilor întreprinderii de comerț, turism, servicii; - Înțelegerea modului de gestionare a relațiilor cu clienții în mediul competitiv al organizațiilor de comerț, turism, servicii;

	4. Cunoașterea, înțelegerea și interpretarea procesului de relaționare cu clienții; 5. Înțelegerea managementului strategic și operational al relaționării cu clienții organizațiilor din comerț, turism și servicii. <u>B. Obiective procedurale</u> 1. Identificarea oportunităților de aplicare a diferitelor modalități de organizare, coordonare și conducere a activităților specifice de vânzare a produselor/serviciilor întreprinderii de comerț, turism, servicii; 2. Formarea abilităților necesare derulării unei riguroase și amănunțite cercetări asupra pieței consumului final; 3. Formarea abilităților necesare fundamentării și operaționalizării strategiei de relaționare cu clienții la nivelul întreprinderii de comerț, turism, servicii; 4. Însușirea de către studenți a abilităților necesare coordonării și operaționalizării procesului de vânzare; 5. Dezvoltarea capacității studentului de a percepe rolul și importanța analizei eficienței proceselor specifice vânzărilor. <u>C. Obiective atitudinale</u> 1. Capacitatea de a lucra în echipă; 2. Respectarea normelor de deontologie ale profesiei de manager; 3. Cultivarea unor atitudini constructive în contexte organizaționale variate.
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Gestionarea relațiilor cu clienții în mediul competitiv al organizațiilor din comerț, turism, servicii 1.1 Aspecte generale privind competitivitatea firmei 1.2. Mediul extern competitiv	2		
2	Definirea, locul și rolul activității de vânzare 2.1. Definirea activității de vânzare 2.2. Locul și rolul activității de vânzare în cadrul activității firmei	2		
3	Tipurile de vânzări 3.1. Clasificarea tipurilor de vânzări după Derek Newton 3.2. Clasificarea tipurilor de vânzări după McMurphy și Arnold 3.3. Clasificarea modernă a tipurilor de vânzări, propusă de mai mulți autori printre care și Donaldson	2		
4	Procesul de relaționare cu clienții: procesul de vânzare 4.1. Etapele procesului de vânzare 4.2. Prospectarea și pregătirea pentru prezentare 4.3. Inițierea comunicării și identificarea nevoilor 4.4. Prezentarea în scopul vânzării și negocierea și soluționarea obiecțiilor 4.5. Încheierea vânzării (tranzacției)	2	- prelegerea - conversația euristică	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i>
5	Definirea și importanța managementului relațiilor cu clienții 5.1. Definirea managementului relațiilor cu clienții 5.2. Importanța managementului relațiilor cu clienții	2	exemplificarea	- Prezentări în power-point
6	Organizarea structurală a activităților de relaționare cu clienții 6.1. Regulile și scopurile organizării structurale ale activității de vânzare 6.2. Componentele structurii organizatorice a activității de vânzare 6.3. Forme de organizare structurală în activitate de vânzare	2	- organizatorul grafic - exercițiul	- Studii de caz
7	Managementul strategic al relațiilor cu clienții 7.1. Filozofia managementului strategic al relațiilor cu clienții 7.2. Componentele strategiei în vânzări 7.3. Elaborarea și implementarea strategiei în vânzări	2	dezbaterile cu oponent imaginar	- Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
8	Rolul și obiectivele și structura forțelor de vânzare 5.1. Rolul forțelor de vânzare 5.2. Obiectivele forțelor de vânzare	2		
9	Structura și mărimea forțelor de vânzare 6.1. Structura forțelor de vânzare 6.2. Mărimea forței de vânzare	2		
10	Recrutarea și selecția personalului de vânzări 7.1. Recrutarea personalului de vânzări 7.2. Selecția forței de vânzare	2		
11	Pregătirea forței de vânzare 8.1 Obiectivele programelor de pregătire 8.2 Selecția metodei de instruire adecvate	1		
12	Evaluarea personalului de vânzări 9.1 Metode și tehnici de evaluare 9.2 Stabilirea sarcinilor pentru fiecare agent de vânzări	1		

13	Motivarea și eficiența forțelor de vânzare 10.1 Motivarea forțelor de vânzare 10.2 Eficiența forței de vânzare	2		
Bibliografie 1. Bășanu, Gh., Pricop, M., Gluvcov A. – <i>Managementul aprovizionării și desfacerii – Culegere de aplicații practice, teste grilă, studii de caz</i>, Editura Economică, București, 2012 2. Brutu M, <i>Managementul relațiilor cu clienții în comerț, turism, servicii – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă</i>, format electronic, Pitești 2022 3. Brutu M., <i>Tehnici de vânzare. Fundamente teoretice, teste grilă, aplicații și studii de caz - manual universitar pentru I.F.R.</i>, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2016, ISBN: 978-606-560-510-7, 138 pagini 4. Brutu M., <i>Tehnici de vânzări</i>, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010 5. Brutu, M. – <i>Managementul vânzărilor</i>, Editura Sitech, Craiova, 2009 6. Chira Robert, <i>Logistica marfurilor</i>, Vol. I și Vol. II, Editura Pro Universitaria, București, 2016 7. Cuevas J. M., Donaldson B., Lemmens R., <i>Sales Management : Strategy, Proces and Practice</i>. Javier Marcos Cuevas, Bill Donaldson, Régis Lemmens. 4th edition. London : Palgrave Macmillan, 2016 8. Donaldson B. – <i>Managementul vânzărilor</i>, Editura Codecs, București 9. Heiman, S.E., Sanchez, D. – <i>The new strategic selling</i>, London: Kogan Page, 2012 10. Mihai Daniela, Brutu Mădălina, <i>Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă</i>, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014 11. Patriche Iulian, <i>Canale de distribuție și logistică</i>, Editura Prouniversitaria, 2012 12. Waters, C. D. J. – <i>Logistics: An Introduction To Supply Chain Management</i>, Palgrave Macmillan, 2013				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor	2	▪ Dialogul ▪ Lucrul în grup ▪ Exercițiul ▪ Conversația euristică ▪ Dezbateră cu oponent imaginar	În cadrul primei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării Resurse: • Prezentări power-point pentru descrierea studiilor de caz și stimularea exercițiilor • Studii de caz
2	Poziționarea activității de vânzare în cadrul firmei	2		
3	Cercetarea pieței	4		
4	Structurarea forței de vânzare în organizațiile de comerț, turism, servicii	4		
5	Analiza procesului de vânzare în organizațiile din domeniul comerțului, turismului, serviciilor	4		
6	Fundamentarea, elaborarea și implementarea strategiilor de relaționare cu clienții în organizațiile de comerț, turism, servicii	4		
7	Gestiunea forței de vânzare în organizațiile de comerț, turism, servicii	4		
Bibliografie 1. Bășanu, Gh., Pricop, M., Gluvcov A. – <i>Managementul aprovizionării și desfacerii – Culegere de aplicații practice, teste grilă, studii de caz</i>, Editura Economică, București, 2012 2. Brutu M, <i>Managementul relațiilor cu clienții în comerț, turism, servicii – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă</i>, format electronic, Pitești, i 2022 3. Brutu M., <i>Tehnici de vânzare. Fundamente teoretice, teste grilă, aplicații și studii de caz - manual universitar pentru I.F.R.</i>, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2016, ISBN: 978-606-560-510-7, 138 pagini 4. Brutu M., <i>Tehnici de vânzări</i>, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010 5. Brutu, M. – <i>Managementul vânzărilor</i>, Editura Sitech, Craiova, 2009 6. Chira Robert, <i>Logistica marfurilor</i>, Vol. I și Vol. II, Editura Pro Universitaria, București, 2016 7. Cuevas J. M., Donaldson B., Lemmens R., <i>Sales Management : Strategy, Proces and Practice</i>. Javier Marcos Cuevas, Bill Donaldson, Régis Lemmens. 4th edition. London : Palgrave Macmillan, 2016. 8. Donaldson B. – <i>Managementul vânzărilor</i>, Editura Codecs, București 9. Heiman, S.E., Sanchez, D. – <i>The new strategic selling</i>, London: Kogan Page, 2012 10. Mihai Daniela, Brutu Mădălina, <i>Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă</i>, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014 11. Patriche Iulian, <i>Canale de distribuție și logistică</i>, Editura Prouniversitaria, 2012 12. Waters, C. D. J. – <i>Logistics: An Introduction To Supply Chain Management</i>, Palgrave Macmillan, 2013				

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore): calitatea și coerența tratării celor 2 subiecte abordabile în manieră explicativ – argumentativă (20%) + un subiect de analiză și interpretare (30%)	50 %
10.5 Seminar	• Activitate seminar și prezență - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii. • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea temelor de casă și chestionare orală	10% 20% 20%
10.6 Standard minim de performanță	- cunoașterea <i>organizării structurale și a principalelor componente procesuale ale activității vânzării</i> dintr-o firmă; - capacitatea de <i>înțelegere a procesului de vânzare</i> - cunoașterea principalelor <i>modalități de structurare a forței de vânzare</i>		

Data completării
19 septembrie 2022

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2022

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Tehnici promoționale în comerț, turism și servicii
 anul universitar: 2022 – 2023

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei												Tehnici promoționale în comerț, turism și servicii											
2.2		Titularul activităților de curs						Lect. univ. dr. Cristina MICU															
2.3		Titularul activităților de seminar / proiect						Lect. univ. dr. Cristina MICU															
2.4		Anul de studii		III		2.5		Semestrul		2		2.6		Tipul de evaluare		E		2.7		Regimul disciplinei		O	

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1 + 1
3.4	Total ore din planul de învăț.	48	3.5	din care curs	24	3.6	S / L / P	12 + 12
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								24
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii/proiecte, teme, referate, portofolii, eseuri								24
Tutorat								5
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	77						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector, marker - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM
5.2	De desfășurare a seminarului/proiectului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii/ proiecte - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Însușirea de către studenți a principalelor metode și tehnici promoționale, elaborarea de programe de publicitate eficiente; elaborarea și operaționalizarea de programe de publicitate directă, promovare a vânzărilor, relații publice.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte din domeniul tehnicilor promoționale cu care operează agenții economici; 2. Cunoașterea particularităților relațiilor publice – ca tehnică de promovare a imaginii firmei. 3. Însușirea caracteristicilor specifice manifestărilor expoziționale. 4. Cunoașterea și înțelegerea modului de concepere și transmitere a mesajului publicitar. B. Obiective procedurale 1. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice tehnicilor promoționale la nivelul organizațiilor;

	2. Fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare – publicitate, promovare directă, relații publice, marketing direct; 3. Capacitatea de a transpune în practică cunoștințele dobândite în cadrul cursului prin aplicarea corectă a formulelor corespunzătoare calculării și interpretării indicatorilor de evaluare a eficienței unei tehnici promoționale aplicate. 4. Elaborarea unor studii cu privire la derularea unor campanii promoționale. <u>C. Obiective atitudinale</u> 1. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în marketing; 2. Capacitatea de a lucra în echipă; 3. Manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de rolul economico-social al promovării.
--	---

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	ACTIVITATEA PROMOȚIONALĂ A ÎNTREPRINDERII MODERNE 1.1. Activitatea promoțională – conținut și importanță 1.2. Funcțiile și tipologia strategiilor promoționale 1.3. Metodologia elaborării strategiilor promoționale	3		
2	PUBLICITATEA 2.1. Definirea, caracteristicile și funcțiile publicității 2.2. Diversitatea tipologică a publicității 2.3. Canalele de transmitere a mesajelor publicitare 2.4. Conținutul și structura anunțului publicitar 2.5. Metodologia proiectării și implementării unei campanii publicitare	3		
3	PROMOVAREA VÂNZĂRILOR 3.1. Conținutul și caracteristicile esențiale ale tehnicilor de promovare a vânzărilor 3.2. Tipologia tehnicilor de promovare a vânzărilor 3.3. Particularități ale utilizării principalelor tehnici de promovare a vânzărilor	3		<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i>
4	RELAȚIILE PUBLICE 4.1. Definirea și importanța tehnicii promoționale relații publice 4.2. Obiectivele, instrumentele, componente și mijloace de acțiune la dispoziția relațiilor publice 4.3. Tehnici și metode specifice activităților de relații publice	3	▪ prelegerea ▪ exemplifi- carea ▪ expunerea cu material suport	▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
5	MARCA 5.1. Perspective de abordare a conceptului de marcă din punct de vedere comercial și juridic 5.2. Elementele care compun și personalizează o marcă – definire și condiții pentru alegerea lor 5.3. Cerințe și semnificații ale unei mărci competitive 5.4. Principalele funcții ale mărcii 5.5. Tipologia mărcilor 5.6. Procedura de înregistrare a mărcii	3	▪ exercițiul ▪ dezbateră cu oponent imaginar	▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e- learning - Conexiune internet - Platforma ZOOM
6	MANIFESTĂRILE PROMOȚIONALE 6.1. Particularitățile, avantajele și tipologia manifestărilor expoziționale 6.2. Obiective specifice participării la manifestările expoziționale 6.3. Elaborarea programului participării la manifestările expoziționale 6.4. Utilizarea sponsorizării ca instrument promoțional 6.5. Principalele forme și domenii pretabile sponsorizării	3		
7	FORȚA DE VÂNZARE 7.1. Abordarea forței de vânzare ca tehnică promoțională 7.2. Organizarea și conducerea activității forței de vânzare 7.3. Managementul forței de vânzare	3		
8	MARKETINGUL DIRECT 8.1. Conținutul și importanța marketingului direct 8.2. Indicatori de măsurare a performanței online marketing 8.3. Strategii eficiente de marketing online	3		
Bibliografie 1. Constantin, Cristinel, Tecău, Simona Alina, <i>Introducere în cercetarea de marketing</i> , Ed. Universitară, 2013. 2. Carnegie, Dale, Crom, J. Oliver, Crom, Michael, <i>Tehnici de a vinde</i> . Ediția a III-a, Editura Curtea Veche, București, 2014. 3. Diaconu Mihaela, Micu Ionela Cristina, Mihai Daniela Melania, <i>Manual de antreprenoriat. Cum să dezvoltți și să înveți</i> , Editura Universității din Pitești, 2021. 4. Drăghici, Constantin, Mihai, Daniela, Micu, Cristina, <i>Curs de tehnici promoționale</i> , Editura Universității din Pitești, 2010				

5. Fisher-Buttinger, Claudia, Vallaster, Christine, <i>Noul branding: Cum să construiești capitalul unei mărci</i>, Editura Polirom, București, 2011. 6. Manole, Victor, Stoian, Mirela, Ion, Raluca Andreea, <i>Marketing</i>, Editura ASE, București, 2011. 7. Micu Cristina, <i>Tehnici promoționale în comerț, turism, servicii – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă</i> (suport electronic), 2022. 8. Mihai, Daniela, <i>Curs de tehnici promoționale</i>, Editura Universității din Pitești, 2008. 9. Mihai, Daniela, Micu, Cristina, Antoniu, Eliza, <i>Tehnici promoționale – Fundamente teoretice și teste grilă</i>, Editura Universității din Pitești, 2016. 10. Moise, Daniel, <i>Marketingul evenimentelor. Târgurile și expozițiile</i>, Ed. ASE, București, 2015. 11. Nenciu, D.S., <i>Tehnici promoționale</i>, Editura Europolis, Constanța, 2010; 12. Oancea, Olimpia, <i>Comunicarea integrată de marketing - abordări conceptuale și practice</i>, Editura ASE, București, 2015. 13. Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane, <i>Marketing Management</i>, Pearson-Practice Hall, 2009 14. Kotler Philip, Keller Kevin Lane, <i>Managementul marketingului</i>, p. 5, disponibilă la https://www.101books.ru/pdf/25079129-Kotler-Keller-Managementul-Mark.pdf 15. Pavel Camelia, <i>Tehnici promoționale. Abordări teoretice și practice</i>, Editura Universitară, 2017. 16. Preda, Sorin, <i>Introducere în creativitatea publicitară</i>, Editura Polirom, București, 2011. 17. Pringle, Hamish, Field, Peter, <i>Strategii pentru brandingul de succes. Notorietatea și longevitatea unei mărci</i>, Editura Polirom, București, 2011. 18. Stevenson Dudley W., McGraw Patrick, Eubanks Mark, Robinsion Michael, <i>Marketing direct</i>, Paperback, 2015. 19. Zbucnea, Alexandra, Pînzaru, Florina, Galalae, Cristina, Mitan, Andreea, <i>Ghid esențial de promovare</i>, Editura Tritonic, 2015.				
8.2. Aplicații:Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1.	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, stabilirea studiilor de caz.	1	- dialogul - dezbateri - conversația euristică	Lucrul în echipă Calcul economic Studii de caz Test de verificare
2.	Metode de dimensionare și structurare a bugetului de promovare	1		
3.	Evaluarea impactului unui anunț publicitar	2		
4.	Realizarea fișei de promovare a vânzărilor pentru un produs	2		
5.	Indicatori de caracterizare a unui plan media	2		
6.	Alegerea planului media pe baza criteriului CPM	2		
7.	Eficiența forței de vânzare.	1		
8.	Indicatori de măsurare a performanței de marketing onșine	1		
Proiect				
9.	Analiza comparativă a demersurilor publicitare realizate pentru două mărci (A și B) din aceeași categorie. Prezentarea structurii proiectului.	2	- dialogul - dezbateri - conversația euristică	Lucrul în echipă ■ Prezentare proiect ■ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet - Platforma ZOOM
10.	Caracterizare succintă a pieței produsului „X”; poziția mărcilor A și B pe această piață.	3		
11.	Analiza publicității pentru marca A	2		
12.	Analiza publicității pentru marca B	2		
13.	Asemănări și deosebiri privind comunicarea publicitară a mărcilor A și B	3		
Bibliografie				
1. Constantin, Cristinel, Tecău, Simona Alina, <i>Introducere în cercetarea de marketing</i>, Editura Universitară, 2013. 2. Cucu, Ioan, <i>Tehnici promoționale</i>, Editura Universitas, Petroșani, 2014. 3. Carnegie, Dale, Crom, J. Oliver, Crom, Michael, <i>Tehnici de a vinde</i>. Editia a III-a, Editura Curtea Veche, București, 2014. 4. Drăghici, Constantin, Mihai, Daniela, Micu, Cristina, - <i>Curs de tehnici promoționale</i>, Editura Universității din Pitești, 2010 5. Fisher-Buttinger, Claudia, Vallaster, Christine, <i>Noul branding: Cum să construiești capitalul unei mărci</i>, Editura Polirom, București, 2011. 6. Jesse Johnston, <i>Email Marketing: Blueprint, Rules and Template for Your Email Marketing Business</i>, Kindle Edition, 2016. 7. Manole, Victor, Stoian, Mirela, Ion, Raluca Andreea, <i>Marketing</i>, Editura ASE, București, 2011. 8. Micu Cristina, <i>Tehnici promoționale în comerț, turism, servicii – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă</i> (suport electronic), 2022.				

9. Mihai, Daniela, Micu, Cristina, Antoniu, Eliza, *Tehnici promoționale – Fundamente teoretice și teste grilă*, Editura Universității din Pitești, 2016.
10. Oancea, Olimpia, *Comunicarea integrată de marketing - abordări conceptuale și practice*, Editura ASE, București, 2015.
11. Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane, *Marketing Management*, Pearson-Practice Hall, 2009
12. Pavel Camelia, *Tehnici promoționale. Abordări teoretice și practice*, Editura Universitară, 2017.
13. Pringle, Hamish, Field, Peter, *Strategii pentru brandingul de succes. Notorietatea și longevitatea unei mărci*, Editura Polirom, București, 2011.
14. Zbucnea, Alexandra; Pînzaru, Florina; Galalae, Cristina; Mitan, Andreea, *Ghid esențial de promovare*, Editura Tritonic, 2015.

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluare finală	50%
10.5 Seminar / Proiect	• Prezență și activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii. • Proiect - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Prezență și participarea activă a studentului la seminar.. • Test de verificare • Evaluarea proiectului și chestionare orală	10% 20% 20%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea principalelor concepte specifice activității promoționale a unei firme. Cunoașterea principalelor tehnici de promovare utilizate în domeniul comerțului, turismului și serviciilor.		

Data completării
21 septembrie 2022

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2022

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Managementul resurselor umane
anul universitar: 2022 - 2023

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei												Managementul resurselor umane			
2.2 Titularul activităților de curs												Conf. univ. dr. Secară Carmen Gabriela			
2.3 Titularul activităților de seminar												Conf. univ. dr. Secară Carmen Gabriela			
2.4 Anul de studii		III		2.5 Semestrul		2		2.6 Tipul de evaluare		C		2.7 Regimul disciplinei		O	

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	36	3.5	din care curs	24	3.6	S / L / P	12
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								20
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	64						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu videoproiector - Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart și cretă / marker - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii/laboratoare proiecte - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

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

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Conceptul și evoluția managementului resurselor umane. Modelele managementului resurselor umane	3	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz ▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet - Platforma ZOOM
2	Rolul și particularitățile resurselor umane în cadrul organizației	2		
3	Strategii și politici în domeniul managementului resurselor umane	3		
4	Analiza și proiectarea posturilor	3		
5	Planificarea resurselor umane	2		
6	Recrutarea și selecția resurselor umane	3		
7	Remunerarea personalului	3		
8	Managementul carierei	3		
9	Evaluarea performanțelor profesionale	2		

Bibliografie:

1. Cristian Virgil Marinaș, Irinel Marin, Elvira Nica, Ana Bogdan, Viorel Lefter (coord.), Alexandrina Deaconu (coord), Aurel Manolescu (coord) – *Managementul resurselor umane*, Ed. ProUniversitaria, București, 2013
2. Cole, G. A. – *Managementul personalului*, Editura CODECS, București, 2000
3. Dragomir, Gh., Vărzaru, M., Șchiopoiu – Burlea, A., - *Managementul resurselor umane*, Editura Universitaria, Craiova, 2010
4. Marin, I., - *Auditul resurselor umane*, Editura Economică, București, 2011
5. Secară C., - *Managementul resurselor umane. Fundamente teoretice și teste grilă*, manual universitar pentru învățământ cu frecvență redusă, (suport electronic), 2022
6. Secară, C., - *Managementul carierei în administrația publică din România*, Editura SITECH, Craiova, 2009
7. Secară Carmen - *Tendențe și practică în domeniul managementului resurselor umane*, Editura Sitech, Craiova, 2014
8. Secară Carmen - *Tendențe în managementul resurselor umane*, Editura Sitech, Craiova, 2013
9. Popescu, M., Popescu, E., Popescu, E.D., Secară, C. *Managementul resurselor umane – manual universitar pentru IFR*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
10. *Codul muncii*, 2020 actualizat

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; distribuirea temelor și a referatelor	1	- dialogul - dezbateră - lucru în echipă - simulare de interviu	Lucrul în echipă Prezentare temă de casă Studii de caz Test de verificare
2	Definirea și particularitățile managementului resurselor umane ➤ Exemple de activități ale departamentului de Resurse Umane într-o organizație; ➤ Teste-grilă de verificare a cunoștințelor	1		
3	Activități specifice departamentului de Resurse Umane în activitățile de comerț, turism și servicii	1		
4	Tipuri de strategii în domeniul resurselor umane ➤ Politici de resurse umane specifice activităților de comerț, turism și servicii	2		

	➤ Principalele cerințe ale politicilor din domeniul resurselor umane ➤ Elaborarea și implementarea politicilor din domeniul resurselor umane ➤ Teste-grilă			
5	Modele de proiectare a posturilor ➤ Abordări și metode ale definirii sau proiectării posturilor ➤ Proiectarea posturilor în cadrul S. C..... ➤ Teste-grilă	1		
6	Modele de planificare a resurselor umane ➤ Planificarea resurselor umane la S.C. Studiu de caz ➤ Teste - grilă de verificare a cunoștințelor	2		
7	Recrutarea și selecția resurselor umane ➤ Redactarea unui curriculum – vitae ➤ Redactarea scrisorii de intenție / motivare ➤ Prezentarea la interviul pentru angajare	2		
8	Evaluare finală	2		

Bibliografie:

1. Armstrong, M., - *Managementul resurselor umane (manual de practică)*, Editura Codecs, 2003
2. Cristian Virgil Marinaș, Irinel Marin, Elvira Nica, Ana Bogdan, Viorel Lefter (coord.), Alexandrina Deaconu (coord), Aurel Manolescu (coord) – *Managementul resurselor umane*, Ed. ProUniversitaria, București, 2013
3. Dragomir, Gh., Vărzaru, M., Șchiopoiu-Burlea, A. – *Managementul resurselor umane*, Editura Universitaria, Craiova, 2010
4. Marin, I. – *Auditul resurselor umane*, Editura Economică, București, 2011
5. Secară, C. - *Managementul resurselor umane. Fundamente teoretice și teste grilă*, manual universitar pentru învățământ cu frecvență redusă, (suport electronic), 2022
6. Secară, Carmen – *Managementul carierei în administrația publică din România*, Editura SITECH, Craiova, 2009
7. Secară Carmen – *Tendențe și practică în domeniul managementului resurselor umane*, Editura Sitech, Craiova, 2014
8. Secară Carmen – *Tendențe în managementul resurselor umane*, Editura Sitech, Craiova, 2013
9. Popescu, M., Popescu, E., Popescu, E.D., Secară, C. *Managementul resurselor umane – manual universitar pentru IFR*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
10. *Codul muncii, 2020 actualizat*

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă orală : calitatea și coerența tratării celor 2 subiecte abordabile în manieră explicativ – argumentativă (50%) + un subiect de analiză și interpretare (50%)	30 %
10.5 Seminar	• Activitate seminar și prezență - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii. • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare orală • Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	20% 20% 30%

10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea particularităților resurselor umane, a strategiilor din domeniul HR și a procesului de recrutare.
------------------------------------	---

Data completării
20 septembrie 2022

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2022

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

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

FIȘA DISCIPLINEI

Managementul proiectelor în afaceri, anul universitar: 2022 - 2023

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Managementul proiectelor în afaceri					
2.2	Titularul activităților de curs					Lect. univ. dr. Nicoleta DASCĂLU					
2.3	Titularul activităților de seminar/proiect					Lect. univ. dr. Nicoleta DASCĂLU					
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	48	3.5	din care curs	24	3.6	S / L / P	24
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								24
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								24
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								18
Tutorat								5
Examinări								3
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								3
3.7	Total ore studiu individual	77						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 1 PC C.4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare – 1 PC C.5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.6. Asistență în managementul resurselor umane – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Însoșirea de către studenți a principalelor fundamente teoretice ale Managementului proiectelor în afaceri
7.2. Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază ale domeniului și ale ariei de specializare; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională 2. Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului

	B. Obiective procedurale 1. Utilizarea adecvată de criterii și metode standard de evaluare, pentru a aprecia calitatea, meritele și limitele unor procese, programe, proiecte, concepte, metode și teorii; 2. Elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu 3. Standarde minimale de performanță pentru evaluarea competențe C. Obiective atitudinale 1. Executarea responsabilă a sarcinilor profesionale, în condiții de autonomie restrânsă și asistență calificată 2. Familiarizarea cu rolurile și activitățile specifice muncii în echipă și distribuirea de sarcini pentru nivelurile subordonate 3. Conștientizarea nevoii de formare continuă; utilizarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare, pentru dezvoltarea personală și profesională □
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Conceptul general de proiect. Clarificări și delimitări conceptuale privind proiectele 1.1 Proiectul – definire, caracteristici 1.2 Caracteristicile unui proiect. Clasificarea proiectelor 1.3 Contextul proiectului 1.4 Factorii de succes și de eșec ai proiectelor	3	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic ▪ exercițiul ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i>
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	3		
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	3		Prezentări în power-point Studii de caz
5	Reprezentarea proiectelor prin procedeul A0N. Metoda MPM (Potentiale Metra) 5.1. Reguli de construire a rețelei AoN 5.2. Diagrame de precedentă	3		■ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet - Platforma ZOOM
6	Metoda Pert (Program Evaluation and Review Technique)	3		
7	Derularea proiectelor 7.1 Lansarea în execuție a proiectelor 7.2 Monitorizarea și stabilirea acțiunilor de corecție 7.3 Controlul și evaluarea derulării proiectului	3		
8	Finalizarea proiectelor 8.1 Perturbații la finalul proiectului 8.2 Predarea și acceptarea proiectului 8.3 Reuniunea de finalizare a proiectului 8.4 Evaluarea post - proiect	3		

Bibliografie

1. Bonghez, S., *Managementul de proiect - adevar sau provocare?* Editura Universul Juridic, București, 2013.
2. Cruceru, A. (Coordonator), *Managementul Proiectelor*, Editura Universitară, București, 2012
3. Dascălu Nicoleta, *Managementul proiectelor în afaceri – manual universitar pentru învățământ cu frecvență redusă*, (suport electronic), 2022
4. Dascălu, N.. - *Managementul proiectelor, Manual pentru învățământul Frecvență redusă (format electronic)*, 2016
5. Deac, V.- *Management*, Editura ASE, București, 2016
6. Ghenea, M. – *Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri*, SC Universul juridic SRL, 2011
7. Gorghiu, L.,M., Gorghiu, G., Stan, M.F. - *Managementul proiectelor – o abordare orientată pe aplicații*, Editura Bibliotheca, București, 2009
8. Grigorescu, A. - *Practica managementului proiectelor*, Editura Uranus, București, 2009
9. Kerzner, H. - *Management de proiect. Abordare sistemică*, Editura Codecs, 2011
10. Le Dantec, Tanguy - *Managementul proiectelor prin exemple*, Editura CH Beck, bucurești, 2009
11. Lock. D. - *Managementul proiectului*, Editura Monitorul Oficial, 2010
12. Mc Collum, J., Banacu, C.S. - *Management de proiect – o abordare practică*, Editura Universitară, București, 2007
13. Nasar, S. – *Geniul economic. Extraordinara poveste a genilor care au fondat economia modernă*, Editura ALL, București, 2014
14. Newton, R. - *Management de proiect- pas cu pas*, Editura Meteor Press, București, 2008
15. Novac, C. - *Managementul echipei de proiect*, Editura Tritonic, București, 2014
16. Postăvaru, N. – *Decizie și previziune*, Editura MatrixRom, București, 2014
17. Postăvaru, N., Băncilă, S., Iociu, C. - *Management integrat al proiectelor investiționale*, Editura Matrixrom, București, 2014
18. Radu, V., Bănac, S.C., Dobrea, R.C., Simion, C.P. - *Managementul proiectelor*, Editura Universitară, București, 2010

8.2. Aplicații: Proiect		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor de casă. Tipologia proiectelor. Mixul de marketing în managementul proiectelor Structuri organizatorice în managementul proiectelor	2	- dialogul - dezbateri lucru în echipa - conversația euristică	Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare ■ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet - Platforma ZOOM
2	Analiza funcțională și dimensionarea funcțiilor prin Analiza și ingineria valorii	6		
3	Evaluarea economică a proiectelor. Costuri generate de un proiect. Estimarea costurilor. Managementul riscurilor	4		
4	Aplicarea metodei M.P.M. în calculul și derularea proiectelor	4		
5	Aplicarea metodei P.E.R.T. în calculul și derularea proiectelor	6		
6	Evaluare finală	2		

Bibliografie

1. Bonghez, S., *Managementul de proiect - adevar sau provocare?* Editura Universul Juridic, București, 2013.
2. Cruceru, A. (Coordonator), *Managementul Proiectelor*, Editura Universitară, București, 2012
3. Dascălu Nicoleta, *Managementul proiectelor în afaceri – manual universitar pentru învățământ cu frecvență redusă*, (suport electronic), 2022
4. Dascălu, N.. - *Managementul proiectelor, Manual pentru învățământul Frecvență redusă (format electronic)*, 2016
5. Deac, V.- *Management*, Editura ASE, București, 2016
6. Gorghiu, L.,M., Gorghiu, G., Stan, M.F. - *Managementul proiectelor – o abordare orientată pe aplicații*, Editura Bibliotheca, București, 2009
7. Grigorescu, A. - *Practica managementului proiectelor*, Editura Uranus, București, 2009
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. Mc Collum, J., Banacu, C.S. - *Management de proiect – o abordare practică*, Editura Universitară, București, 2007
12. Nasar, S. – *Geniul economic. Extraordinara poveste a genilor care au fondat economia modernă*, Editura ALL, București, 2014
13. Novac, C. - *Managementul echipei de proiect*, Editura Tritonic, București, 2014
14. Postăvaru, N. – *Decizie și previziune*, Editura MatrixRom, București, 2014
15. Postăvaru, N., Băncilă, S., Iociu, C. - *Management integrat al proiectelor investiționale*, Editura Matrixrom, București, 2014

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

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

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

10. Evaluare:

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluare finală	30%
10.5 Seminar/Proiect	- prezența și participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz;	- Evaluarea răspunsurilor și intervențiilor studentului în activitățile de seminar	20%
	- Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii.	- Evaluare scrisă în timpul semestrului	30%
	- Proiect - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	- Evaluarea prezentării proiectului	20%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea conceptelor de bază specifice disciplinei <i>Managementul proiectelor în afaceri</i>		

Data completării
21 septembrie 2022

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2022

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Ecoturism și turism rural, anul universitar 2022-2023

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					Ecoturism și turism rural					
2.2	Titularul activităților de curs					Lect. univ. dr. Toma Smaranda					
2.3	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Toma Smaranda					
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	A

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	36	3.5	din care curs	24	3.6	S / L / P	12
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								12
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								12
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								12
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								1
3.7	Total ore studiu individual	39						
3.8	Total ore pe semestru	75						
3.9	Număr de credite	3						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii/laboratoare proiecte - Susținerea testului de verificare - Respectarea termenelor de prezentare a proiectului - Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC
Competențe transversale	CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina Ecoturism și Turism Rural are menirea de a transmite studenților relația care există între resursele naturale și culturale și industria turistică, valorificarea prin noi forme de turism (ecoturism, turism rural, agroturism, turism durabil) și promovarea celor mai originale și pitorești zone turistice, în contextul exploatarea durabile a resurselor turistice, ecodezvoltării și dezvoltării economice regionale și locale, a protecției mediului și amenajării teritoriului.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Înțelegerea rolului resurselor turistice și valorificării lor eficiente și raționale în economie prin noi forme de turism: ecoturism și turism rural; 2. Analiza ecoturismului și turismului rural prin prisma complexității potențialului turistic și a fenomenelor social-economice condiționate de valorificarea acestuia; 3. Deprinderea studenților cu metodele și instrumentele de analiză specifice (indicatori ecoturistici, pentru turismul rural); 4. Deprinderea studenților cu etapele de elaborare și realizare a noilor proiecte;

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	ECOTURISMUL, COMPONENTĂ A TURISMULUI DURABIL – NOȚIUNI FUNDAMENTALE 1.1. Ecoturismul: noțiuni de bază 1.2. Obiective și principii ale ecoturismului Factorii care determină aplicarea ecoturismului	3		
2	MANAGEMENTUL ȘI MARKETINGUL ECOTURISTIC 2.1. Managementul ecoturistic 2.2. Marketingul ecoturistic 2.3. Organisme internaționale implicate în susținerea ecoturismului	3		
3	PIAȚA ECOTURISTICĂ ȘI TENDINȚELE ACESTEIA 3.1. Profilul pieței ecoturistice 3.2. Resursele ecoturistice și parcul național ca principală resursă ecoturistică 3.3. Principalele destinații ecoturistice pe glob 3.4. Activitățile ecoturistice promovate pe piața turistică 3.5. Structuri ecoturistice de primire 3.6. Personalul din ecoturism 3.7. Tendințe ale pieței ecoturismului	3		calculatorul (prezentarea în power –point)
4	ECOTURISMUL ÎN ROMÂNIA 4.1. Potențialul ecoturistic al României 4.2. Legislația privind ecoturismul în România 4.3. Ariile protejate din România - suport al activităților ecoturistice 4.4. Managementul turistic al ariilor protejate din România 4.5. Analiza infrastructurii specifice și a circulației ecoturistice în principalele destinații ecoturistice din România	3	▪ prelegerea ▪ explicația ▪ expunerea cu material suport	▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
5	TURISMUL RURAL 5.1. Concepte și definiții 5.2. Factorii de dezvoltare a turismului rural 5.3. Componentele turismului rural 5.4. Subtipurile turismului rural 5.5. Asociații profesionale în domeniul turismului rural 5.6. Experiințe internaționale în domeniul turismului rural 5.7. Tendințele unui turism rural de calitate	3	▪ dezbateră cu oponent imaginar	▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet - Platforma ZOOM
6	AGROTURISM ȘI TURISM DURABIL 6.1. Definiția agroturismului 6.2. Agroturismul în România 6.3. Inițiative și experiențe în agroturism la nivelul Uniunii Europene 6.4. Programe europene privind dezvoltarea turismului rural 6.5. Măsuri de stimulare a activității de agroturism 6.6. Locul și rolul agroturismului în economia locală și cea națională	3		
7	MARKETINGUL TURISMULUI RURAL 7.1. Marketingul activităților de turism rural 7.2. Piața turismului rural 7.3. Produsul turistic rural european 7.4. Cererea turistică în spațiul rural din țările Uniunii Europene	3		

8	LOCUL ȘI ROLUL TURISMULUI RURAL ÎN ECONOMIA LOCALĂ ȘI CEA NAȚIONALĂ 8.1. Scurt istoric al evoluției satului turistic românesc și asociațiile profesionale în domeniul turismului rural 8.2. Tipuri de sate turistice din România 8.3. Locul și rolul agroturismului în economia locală și cea națională 8.4. Pensiunea turistică și ferma agroturistică 8.5. Legislație, norme metodologice privind dezvoltarea turismului rural și clasificarea structurilor de primire turistică în România	3		
---	---	---	--	--

Bibliografie:

- Bâc D., 2013 Turismul și dezvoltarea durabilă: realități, provocări, oportunități, Editura Economică, București.
- Cândea Mihaela, Bogan Elena, Simon Tamara, 2011, Așezările umane și organizarea spațiului geografic, Editura Universitară, București
- Cândea Melinda, Simon Tamara, Bogan Elena, 2012, Patrimoniul turistic al României, Editura Editura Universitară, București.
- Erdeli G., Gheorghilaș A., 2006, Amenajări turistice, Editura Universitară, București.
- Glăvan V., 2006, Potențialul turistic și valorificarea sa, Editura Fundației România de Măine, București.
- Hornoiu R., 2009, Ecoturismul, orientare prioritară în dezvoltarea durabilă a comunităților locale, Editura ASE, București.
- Holden A., Fennell D., 2013, The Routledge handbook of tourism and the environment. Routledge Handbooks, New York.
- Honey Martha, 2008, Ecotourism and sustainable development: Who owns paradise?, 2d ed. Washington, DC: Island.
- Miu Florentina, Simoni Smaranda, 2010, Ecoturism și turism rural - manual universitar pentru învățământul frecvență redusă (diponibil și pe platforma e-learning), Editura Universității din Pitești.
- Nistoreanu P., 2006, Ecoturism și turism rural, Editura ASE, București.
- Nistoreanu P., Ghereș Mihaela (coordonatori), 2010, Turism rural: tratat, Editura C.H.Beck, București.
- Page S.J., 2007, Tourism Mananagement, Elsevier Ltd., Oxford.
- Pender L., Sharpley R., 2005, The Management of Tourism, SAGE Publications Ltd, London.
- Rusu S., Isac F., 2010, Turism rural și ecoturism, Editura Universității Aurel Vlaicu, Arad, 2010.
- Seba J.A., 2012, Ecoturism and sustainable tourism: New perspectives and studies, Apple Academic, Toronto.
- Toma Smaranda, 2022, Ecoturism și turism rural – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă, Pitești 2022, format electronic.
- Tribe J., 2006, The economics of recreation, leisure and tourism, Amsterdam, Elsevier.
- Weaver D., 2001, The Encyclopedia of Ecotourism, CABI.
- ***1994, Agenda 21, UNEP.
- ***2015, Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, United Nations.
- ***2021, Tourism Highlights, UNWTO.
- ***2021, World Tourism Barometer, UNWTO.
- *** 2021, Yearbook of Tourism Statistics, UNWTO.
- *** 2006, Quick Start Guide to a Tourism Business, NEAP.
- *** 2007, A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO.
- ***2008, Strategia Națională pentru Dezvoltare Durabilă a României Orizonturi 2013-2020-2030, Ministerul Mediului și Dezvoltării Durabile, Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare, Centrul Național pentru Dezvoltare Durabilă, București, MO 828/8.12.2008.
- www.insse.ro, Anuarele Statistice ale României – capitolul 20: Turism, 2012-2021.
- www.mdrt.ro, Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026
- www.ecotourism.org
- www.antrec.ro

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Ecoturismul, componentă a turismului durabil – noțiuni fundamentale	2	Expunere Problematizare Exerciții de reflecție Dezbateri Explicație	Lucrul în echipă Demonstrație cu ajutorul mijloacelor moderne audio-vizuale (scurte prezentări PowerPoint) Demonstrație cu ajutorul materialelor didactice specifice (anuale statistice, grafice) Prezentări proiecte Studii de caz Teste de verificare
2	Managementul și marketingul ecoturistic Piața ecoturistică și tendințele acesteia	2		
3	Ecoturismul în România Turismul rural	2		
4	Agroturism și turism durabil Marketingul turismului rural	2		
5	Locul și rolul turismului rural în economia locală și cea națională	2		
6	Evaluare finală	2		

Bibliografie:

- Bâc D., 2013 Turismul și dezvoltarea durabilă: realități, provocări, oportunități, Editura Economică, București.
- Cândea Mihaela, Bogan Elena, Simon Tamara, 2011, Așezările umane și organizarea spațiului geografic, Editura Universitară, București

3. Căndea Melinda, Simon Tamara, Bogan Elena, 2012, Patrimoniul turistic al României, Editura Editura Universitară, București.
4. Erdeli G., Gheorghilaș A., 2006, Amenajări turistice, Editura Universitară, București.
5. Glăvan V., 2006, Potențialul turistic și valorificarea sa, Editura Fundației România de Măine, București.
6. Hornoiu R., 2009, Ecoturismul, orientare prioritară în dezvoltarea durabilă a comunităților locale, Editura ASE, București.
7. Holden A., Fennell D., 2013, The Routledge handbook of tourism and the environment. Routledge Handbooks, New York.
8. Honey Martha, 2008, Ecotourism and sustainable development: Who owns paradise?, 2d ed. Washington, DC: Island.
9. Miu Florentina, Simoni Smaranda, 2010, Ecoturism și turism rural - manual universitar pentru învățământul frecvență redusă (diponibil și pe platforma e-learning), Editura Universității din Pitești.
10. Nistoreanu P., 2006, Ecoturism și turism rural, Editura ASE, București.
11. Nistoreanu P., Ghereș Mihaela (coordonatori), 2010, Turism rural: tratat, Editura C.H.Beck, București.
12. Page S.J., 2007, Tourism Mananagement, Elsevier Ltd., Oxford.
13. Pender L., Sharpley R., 2005, The Management of Tourism, SAGE Publications Ltd, London.
14. Rusu S., Isac F., 2010, Turism rural și ecoturism, Editura Universității Aurel Vlaicu, Arad, 2010.
15. Seba J.A., 2012, Ecoturism and sustainable tourism: New perspectives and studies, Apple Academic, Toronto.
16. Toma Smaranda, 2022, Ecoturism și turism rural – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă, Pitești 2022, format electronic.
17. Tribe J., 2006, The economics of recreation, leisure and tourism, Amsterdam, Elsevier.
18. Weaver D., 2001, The Encyclopedia of Ecotourism, CABI.
19. ***1994, Agenda 21, UNEP.
20. ***2015, Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, United Nations.
21. ***2021, Tourism Highlights, UNWTO.
22. ***2021, World Tourism Barometer, UNWTO.
23. *** 2021, Yearbook of Tourism Statistics, UNWTO.
24. *** 2006, Quick Start Guide to a Tourism Business, NEAP.
25. *** 2007, A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO.
26. ***2008, Strategia Națională pentru Dezvoltare Durabilă a României Orizonturi 2013-2020-2030, Ministerul Mediului și Dezvoltării Durabile, Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare, Centrul Național pentru Dezvoltare Durabilă, București, MO 828/8.12.2008.
27. www.insse.ro, Anuarele Statistice ale României – capitolul 20: Turism, 2012-2021.
28. www.mdrt.ro, Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026
29. www.ecotourism.org
30. www.antrec.ro

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și teoriilor însușite la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților comunității academice din domeniul Administrării Afacerilor.
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniile Comerț, Turism și Servicii.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluare finală	30%
10.5 Seminar	- prezența și participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz;	Evaluarea răspunsurilor și intervențiilor studentului în activitățile de seminar	20%
	- test de verificare	Evaluări scrise în timpul semestrului	20%
	- gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă.	Prezentarea orală a proiectului	30%
10.6 Standard minim de performanță	- Achiziționarea cel puțin a competențelor: A1, A2, A3, B2, B3, C1. - Nota 5 la evaluarea finală.		

Data completării
15 septembrie 2022

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2022

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

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

FIȘA DISCIPLINEI

Servicii internaționale, anul universitar: 2022 - 2023

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					Servicii internaționale					
2.2	Titularul activităților de curs										
2.3	Titularul activităților de seminar										
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	A

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	<u>S</u> / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	36	3.5	din care curs	24	3.6	<u>S</u> / L / P	12
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								12
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								12
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								12
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								1
3.7	Total ore studiu individual	39						
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 bază de Micro și Macro - Economie, Geografie Economică, Marketing, Comerț internațional
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	Dotare a sălii de curs cu videoproiector Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM
5.2	De desfășurare a laboratorului	Dotarea clasică a sălii de seminar Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC
Competențe transversale	CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

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

	- Planificarea judicioasă, organizarea și controlul diferitelor operațiuni de comerț internațional; - Eficientizarea tranzacțiilor comerciale internaționale. C. Obiective atitudinale - Respectarea normelor de deontologie profesională (a codului deontologic), fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în comerț internațional; - Cooperarea în echipe de lucru pentru eficientizarea activității de comerț internațional; - Evitarea anumitor erori în activitatea de comerț internațional; - Urmărirea corectă a etapelor derulării tranzacțiilor internaționale.
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Blocurile comerciale într-o economie globală. Sistemul Comercial Multilateral: de la GATT la OMC	2	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ exemplificarea ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
2	Internaționalizarea piețelor serviciilor internaționale	2		
3	Mondializarea financiară: crize, reforme și oportunități. Piața financiară internațională	2		
4	Tehnici de finanțare în domeniul servicii internaționale. Creditele internaționale	2		
5	Comerțul electronic internațional	2		
6	Tranzacții comerciale speciale: brevete de invenție și operațiuni conexe, leasingul, franchisingul, licitațiile în comerțul internațional	2		
7	Multinaționalele și comerțul internațional cu servicii. Comerțul intrafirmă	2		
8	Expediția și transportul internațional. Livrările și achizițiile internaționale. Distribuția serviciilor internaționale. Intermediarii și auxiliarii în comerțul exterior	2		
9	Riscurile în domeniul serviciilor internaționale. Riscul bancar. Lichiditatea internațională	2		
10	Asigurări internaționale	2		
11	Eficiența în tranzacțiile cu servicii internaționale	2		
12	Cooperarea internațională în domeniul serviciilor internaționale	2		

Bibliografie:

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

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

Bibliografie:

1. Canton James - „Provocările viitorului”, Editura Polirom, Iași, 2010
2. Friedman George - „Următorul deceniu. De unde venim...și încotro ne îndreptăm.”, Editura Litera, București, 2011
3. Krugman Paul - „End This depression, Now !”, Ed. Melrose Road Partners, 2012
4. Krugman Paul, Obsfeld Maurice, Melitz Marc, 9-e édition - „Économie internationale”, Pearson Education France, 2012
5. Meghișan Flaviu - *Comerț internațional* – Editura Sitech, Craiova, noiembrie 2014
6. Meghișan Flaviu – *Comerț internațional. Teorie, teste grilă, aplicații și studii de caz. Manual universitar pentru IFR*, (suport electronic), Editura Sitech, Craiova, 2017
7. Roubini Nouriel, Mihm Stephen - „Economia crizelor. Curs – fulger despre viitorul finanțelor”, Editura Publica, București, 2010
8. Starobin Paul - „Sfârșitul secolului american și noile puteri mondiale”, Editura Litera, București, 2011
9. Stiglitz Joseph E. - „În cădere liberă. America, piața liberă și prăbușirea economiei mondiale”, Editura Publica, București, 2010

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore): calitatea și coerența tratării celor 2 subiecte abordabile în manieră explicativ – argumentativă (15%) + un subiect de analiză și interpretare (15%)	30 %
10.5 Seminar	• Activitate seminar și prezență - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminar. • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	20% 20% 30%
10.6 Standard minim de performanță	- cunoașterea și deprinderea utilizării practice a principalelor tehnici specifice conceptului actual de „servicii internaționale”, precum și a tendințelor referitoare la teoria și practica în domeniu; - nota 5 la evaluarea finală.		

Data completării
21 septembrie 2022

Titular de curs,

Titular de seminar,

Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2022

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

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

FIȘA DISCIPLINEI

Comunicare comercială, anul universitar: 2022 - 2023

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					Comunicare comercială					
2.2	Titularul activităților de curs										
2.3	Titularul activităților de seminar										
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	A

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	36	3.5	din care curs	24	3.6	S / L / P	12
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								12
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								12
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								12
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								1
3.7	Total ore studiu individual	39						
3.8	Total ore pe semestru	75						
3.9	Număr de credite	3						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	Dotare a sălii de curs cu videoproiector Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM
5.2	De desfășurare a laboratorului	Dotarea clasică a sălii de seminar Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC
Competențe transversale	CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

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

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Comunicarea interumană eficientă	2	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ exemplificarea ▪ 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	Comunicarea organizațională. Obiectivele și funcțiile comunicării	2		
3	Comunicarea cu clientul	2		
4	Tipologia clienților. Tipuri comportamentale în afaceri	2		
5	Parteneriat și anteprenariat	4		
6	Negociere, manipulare și persuasiune	2		
7	Tehnici și tactici de negociere	2		
8	Aspecte generale referitoare la negociere – caracteristici și etape	2		
9	Uzanțe și protocol în negociere	2		
10	Contractul comercial – rezultat al negocierii	4		

Bibliografie:

1. Arnaud Stimec, *Negocierea*, Editura CH Beck, București, 2011
2. Balaban Delia Cristina, Hosu Ioan, Mucundorfeanu Meda, *PR Trend. Development and Trends in Communication*, Mitweida Hochschulverg, Germany, 2013
3. Balaban Delia, *Comunicare mediatică*, Ed. Tritonic, București, 2009
4. Balaban Delia, Mirela Abrudan, *Tendințe în PR și publicitate, planificare strategică și instrumente de comunicare*, Editura Tritonic, București, 2008
5. Dortier Jean-Francois, Cabin Philippe; traducător Luminița Roșca, Romina Surugiu, *Comunicarea. Perspective actuale*, Editura Polirom, Iași, 2010
6. Hassan, S., *Manipularea în negocieri*, Editura Antet, București, 2012
7. Marinescu Valentina, *Cercetarea în comunicare. Metode și tehnici*, Editura CH Beck, București, 2009
8. Mucchielli Alex, *Comunicarea în instituții și organizații*, Editura Polirom, Iași, 2008
9. Popa Ioan, *Negocierea comercială internațională*, Editura Economică, 2009
10. Rujoiu Marian, *Biblia negociatorului*, Editura Vidia, 2011
11. Secară Carmen, *Comunicare și negociere comercială internațională – curs universitar -*, Editura Sitech, Craiova, 2011
12. Shell, G., R., *Negocierea în avantaj*, Editura Codecs, București, 2007
13. Stark Peter, Flaherty Jane, *Ghid practic de negociere*, Editura Amaltea, 2010
14. Ștefan Prutianu, *Tratat de comunicare și negociere în afaceri*, Editura Polirom, Iași, 2008
15. Stanciu Tolea Claudia – *Comunicare și negociere în afaceri* (în curs de apariție), Editura Universității din Pitești, Pitești, 2016
16. Stanciu Tolea Claudia – *Comunicare și negociere în afaceri*, Suport de curs în format electronic, Pitești, 2013
17. Tudor Dorina, *Relații publice în mediul internațional – curs universitar*, Editura SNSPA, București, 2006

8.2. Aplicații: Seminar / Laborator / Teme de casă		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor	1	▪ Dialogul ▪ Lucrul în grup ▪ Conversația euristică ▪ dezbateră cu oponent imaginar	În cadrul primei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării
2	Rolul și importanța comunicării. Reguli de bază ale comunicării. Perturbații în comunicare	1		
3	Funcțiile comunicării și particularitățile comunicării în afaceri. Etica comunicării în afaceri	1		
4	Deprinderile comunicării în afaceri. Deprinderi în recepționarea mesajelor. Deprinderi de interpretarea mesajelor. Deprinderi de redarea mesajelor	1		
5	Tehnici de comunicare. Ascultarea. Înregistrarea și tratarea informațiilor. Întrebările. Relansările. Discuția normală	2		Resurse folosite: ▪ Scurte prezentări în power-point pentru descrierea studiilor de caz și stimularea exercițiilor ▪ Studii de caz
6	Pregătirea dosarului negocierii	2		
7	Strategia comunicării. Obiectivele strategiei în comunicare. Elemente de bază în stabilirea unei strategii de comunicare	2		
8	Evaluare periodică	2		
Bibliografie: 1. Arnaud Stimec, <i>Negocierea</i>, Editura CH Beck, București, 2011 2. Balaban Delia Cristina, Hosu Ioan, Mucundorfeanu Meda, <i>PR Trend. Development and Trends in Communication</i>, Mittweida Hochschulverg, Germany, 2013 3. Balaban Delia, <i>Comunicare mediatică</i>, Ed. Tritonic, București, 2009 4. Hassan, S., <i>Manipularea în negocieri</i>, Editura Antet, București, 2012 5. Marinescu Valentina, <i>Cercetarea în comunicare. Metode și tehnici</i>, Editura CH Beck, București, 2009 6. Popa Ioan, <i>Negocierea comercială internațională</i>, Editura Economică, 2009 7. Rujiu Marian, <i>Biblia negociatorului</i>, Editura Vidia, 2011 8. Secară Carmen, <i>Comunicare și negociere comercială internațională – curs universitar</i> - , Editura Sitech, Craiova, 2011 9. Shell, G.,R., <i>Negocierea în avantaj</i>, Editura Codecs, București, 2007 10. Stark Peter, Flaherty Jane, <i>Ghid practic de negociere</i>, Editura Amaltea, 2010 11. Stanciu Tolea Claudia – <i>Comunicare și negociere în afaceri</i> (în curs de apariție), Editura Universității din Pitești, Pitești, 2016 12. Stanciu Tolea Claudia – <i>Comunicare și negociere în afaceri</i>, Suport de curs în format electronic, Pitești, 2013				

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore): calitatea și coerența tratării celor 2 subiecte abordabile în manieră explicativ – argumentativă (15%) + un subiect de analiză și interpretare (15%)	30 %
10.5 Seminar	• Activitate seminar și prezență - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog.	20%

	• Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii. • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Testare • Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	20% 30%
10.6 Standard minim de performanță	- cunoașterea și deprinderea utilizării practice a principalelor tehnici de comunicare și tactici de negociere care pot fi utilizate ca modalitate de realizare a schimburilor economice; - nota 5 la evaluarea finală.		

Data completării
21 septembrie 2022

Titular de curs,

Titular de seminar,

Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2022

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

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