

FIȘA DISCIPLINEI
Dreptul afacerilor, 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
1.7.	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei				Dreptul afacerilor						
2.2	Titularul activităților de curs (coordonator disciplină)				Lect. univ. dr. Adriana PANȚOIU						
2.3	Titularul activităților de seminar				Lect. univ. dr. Adriana PANȚOIU						
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Medie ore pe săptămână	2	3.2	din care A.I.	1	3.3	SF / L / P	1
3.4	Total ore din planul de inv.	28	3.5	din care A.I.	14	3.6	SF / 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								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								20
Tutorat								5
Examinări								5
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	72						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	-
4.2	De competențe	Capacitate de analiză, gândire sintetică, gândire creativă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Materialul de studiu este realizat în tehnologia ID/IFR
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Prezentarea 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.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 1 PC C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 1 PC C.6. Asistență în managementul resurselor umane – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Însușirea de către studenți a principalelor fundamente teoretice ale dreptului afacerilor.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive - Definirea corectă a obiectului de studiu al dreptului afacerilor; - Cunoașterea și înțelegerea noțiunilor generale de drept; - Cunoașterea, înțelegerea și interpretarea noțiunilor de drept civil cu relevanță în dreptul afacerilor; - Cunoașterea, înțelegerea și interpretarea noțiunilor relevante din dreptul afacerilor; - Operarea cu conceptele de comerciant și profesionist; - Explicitarea și interpretarea conceptului de întreprindere și însușire principalelor caracteristici ale categoriilor de profesioniști. B. Obiective procedurale - Capacitatea de a realiza, analiza și interpretarea diverse acte juridice specifice activității economice;

	2. Capacitatea de identificare și realizare a diferitelor categorii de profesioniști; 3. Capacitatea de organizare și conducere de procese, gospodărire de mijloace și activități pentru afaceri de calitate și eficiență ridicată din punct de vedere juridic; C. Obiective atitudinale 1. Capacitatea de a lucra în echipă; 2. Cultivarea unor atitudini constructive în contexte organizaționale variate.
--	---

8. Conținuturi

8.1. Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
U1	Noțiuni generale de drept	2	Studiu individual	<i>Prezentarea în power –point</i> <i>Suport de curs</i> <i>Materiale elaborate cu studii de caz</i>
U2	Poziția dreptului afacerilor în cadrul sistemului de drept	2		
U3	Izvoarele dreptului afacerilor	2		
U4	Notiuni de drept civil cu importanta in dreptul afacerilor	2		
U5	Profesionistii – subiecti ai dreptului afacerilor	2		
U6	Reguli aplicabile desfășurării afacerilor	2		
U7	Protecția penală în dreptul afacerilor	2		

Bibliografie

- Ramona Duminica, Amelia Singh, Lavinia Olah, Panțoiu Adriana Ioana, DREPTUL AFACERILOR, Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă, 2022.
- Ramona Duminica, Amelia Singh, Lavinia Olah, Panțoiu Adriana Ioana, DREPTUL AFACERILOR, Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă, 2016/cu acordul departamentului
- Andreea Tabacu, Andreea Drăghici, Dreptul afacerilor. Curs pentru studenții facultăților de științe economice, Editura Sitech, Craiova, 2018
- Ciprian Păun, Dreptul afacerilor. Teoria. Profesionistii. Impozitarea, Editura Universul Juridic, București, 2015

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 - dezbatere - lucru în echipa	<i>Prezentarea în power –point</i> <i>Articole disponibile online</i> <i>Studii de caz</i> <i>Ghid proiect</i>
2	Diseminarea noțiunilor generale de drept	4		
3	Diseminarea noțiunilor de drept civil cu relevanță în dreptul afacerilor	4		
4	Diseminarea noțiunilor esențiale în materie	4		

Bibliografie

- Ramona Duminica, Amelia Singh, Lavinia Olah, Panțoiu Adriana Ioana, DREPTUL AFACERILOR, Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă, 2022.
- Ramona Duminica, Amelia Singh, Lavinia Olah, Panțoiu Adriana Ioana, DREPTUL AFACERILOR, Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă, 2016/cu acordul departamentului
- Andreea Tabacu, Andreea Drăghici, Dreptul afacerilor. Curs pentru studenții facultăților de științe economice, Editura Sitech, Craiova, 2018
- Ciprian Păun, Dreptul afacerilor. Teoria. Profesionistii. Impozitarea, Editura Universul Juridic, București, 2015

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare finală.	50 %

10.5 Seminar față în față	- prezența și participarea activă la seminar, implicarea în rezolvarea studiilor de caz;	- Prezența; - Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog.	10%
	- corectitudinea utilizării terminologiei juridice; - coerența logică a prezentării; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Prezentarea liberă a proiectului; - Chestionare orală sub formă de dialog.	40%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul științelor juridice; 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Dreptul afacerilor".		

Data completării
19 septembrie 2022

Coordonator disciplină,
Lect. univ. dr. Adriana (PÎRVU) PANȚOIU

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Adriana (PÎRVU) PANȚOIU

Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2022

Director de departament,
(prestator)
Lect. univ. dr. Daniela IANCU

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

Director Centru IFR
Conf. univ. dr. Brutu Mădălina

FIȘA DISCIPLINEI
Marketing, 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
1.7	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina												
2.1	Denumirea disciplinei						Marketing					
2.2	Titularul activităților de curs (coordonator disciplină)						Conf. univ. dr. Duțu Amalia					
2.3	Titularul activităților de seminar						Ec. dr. Brînzea Mihaela					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O	

3. Timpul total estimat

3.1	Medie ore pe săptămână	3	3.2	din care A.I.	2	3.3	SF / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care A.I.	28	3.6	SF/ L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								25
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								15
Tutorat								5
Examinări								10
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								3
3.7	Total ore studiu individual	83						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	-
4.2	De competențe	Capacitate de analiză, gândire sintetică, gândire creativă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Materialul de studiu este realizat în tehnologia ID/IFR
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Prezentarea 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.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 2 PC C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 2 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Dobândirea cunoștințelor fundamentale privind conceptele, metodele, tehnicile și instrumentele utilizate în marketing.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> Înțelegerea identității conceptuale a marketingului; Dobândirea de cunoștințe privind conceptele de bază ale marketingului; Dobândirea de cunoștințe privind metodele, tehnicile și instrumentele de marketing; Dobândirea de cunoștințe privind proiectarea și realizarea cercetărilor de marketing, selectarea și utilizarea metodelor de cercetare, selectarea și utilizarea instrumentelor de măsurare, întocmirea raportului final de cercetare; Dobândirea de cunoștințe privind metodele, tehnicile și strategiile de segmentare-țintire poziționare; Dobândirea de cunoștințe privind elaborarea mix-ului de marketing; Dobândirea de cunoștințe privind organizarea activității de marketing.

	B. Obiective procedurale Aplicarea conceptelor și teoriilor de marketing; Măsurarea și scalarea fenomenelor de marketing; Proiectarea și desfășurarea cercetărilor de marketing; Analiza informațiilor de marketing; Elaborarea rapoartelor finale de cercetare; Elaborarea campaniilor de promovare. C. Obiective atitudinale Respectarea normelor de deontologie ale profesiilor aferente domeniului marketing; Comunicare și colaborare în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor sarcini de serviciu.
--	--

8. Conținuturi

8.1. Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
U1	Ce este marketingul? (Principalele aspecte ale marketingului; Apariția și dezvoltarea marketingului; Definirea marketingului; Evoluția marketingului; Funcțiile marketingului).	2	Studiu individual	Suportul de curs proiectat în tehnologia ID/IFR disponibil studenților pe platforma de e-learning instituțională
U2	Marketingul ca filozofie de afaceri (Conceptul modern de marketing; Orientari strategice alternative – orientarea către producție, orientarea către vânzare, orientarea către piață; De la conceptul de marketing la cel de orientare către piață; Dezvoltarea spiritului de marketing în cadrul organizației; Etapele implementării orientării către piață în cadrul organizației).	2		
U3	Mediul de marketing (Definirea conceptului de mediu de marketing; Mediul extern al organizației - micromediul, macromediul; Analiza mediului extern; Mediul intern al organizației; Analiza mediului intern, Profilul SWOT al organizației).	3		
U4	Piața (Definirea conceptelor de piață și industrie; Definirea conceptelor de piață a organizației și piață-țintă; Dimensiunile pieței și relațiile din cadrul acesteia; Procesul STP, Strategii de marketing).	3		
U5	Cercetări de marketing (Definire și domenii de aplicare, Măsurarea și scalarea, Metode de cercetare, Analiza informațiilor de marketing).	3		
U6	Mix-ul de marketing (Conceptul de mix de marketing; Elementele componente ale mix-ului de marketing; Factorii determinanți ai mix-ului de marketing, Politicile mix-ului de marketing). Politica de produs.	3		
U7	Politica de preț (Obiectivele politicii de preț; Efectele structurii pieței asupra prețului; Metode de stabilire a prețurilor; Strategii de preț).	3		
U8	Politica de distribuție (Definirea conceptului de canal de marketing / canal de distribuție; Rolul intermediarilor în cadrul canalului de distribuție; Dimensiunile canalelor de distribuție. Conflict și cooperare în cadrul canalelor de distribuție; Distribuția fizică – definire, componente, managementul distribuției fizice).	3		
U9	Politica de promovare (Obiectivele politicii de promovare; Tipologia tehnicilor de promovare; Mix-ul promoțional; Strategii de promovare).	3		
U10	Managementul activității de marketing (Organizarea activității de marketing; Integrarea funcției de marketing cu alte funcții din cadrul organizației; Cooperare și conflict între marketing și alte funcții din cadrul organizației).	3		

Bibliografie

1. Bondrea Aurelian A, *Introducere în marketing*, Editura România de Măine, București, 2011
2. Duțu Amalia – *Marketing – suport de curs în IFR (în format electronic)*, 2022
3. Duțu Amalia – *Marketing – teorie și practică. Curs pe suport electronic*, 2019
4. Duțu Amalia – *Proiectarea unei cercetări selective de piață. Ghid de proiect*, suport electronic, 2020
5. Duțu Amalia, Understanding Consumers' Behaviour Change in Uncertainty Conditions: A Psychological Perspective, in Handbook of Research on Retailer-Consumer Relationship Development, editori: Fabio Musso and Elena Druică, DOI: 10.4018/978-1-4666-6074-8, IGI Global, SUA, 2014
6. Kotler Ph., Armstrong G., *Principiile marketingului*, Ediția a IV-a, Ed. Teora, București, 2008
7. Kotler Ph., Keller K., *Managementul marketingului*, Ed. Teora, 2008
8. Meghișan Gheorghe, Diaconu Mihaela, Nistorescu Tudor, Crăciun Liviu, *Marketing- manual universitar pentru IFR*, Editura Universitaria, Craiova, 2009
9. Mihai Diaconescu, *Marketing*, Editura Universitară, 2014

10. Philip Kotler - Ce este marketingul? - <https://www.youtube.com/watch?v=sR-qL7QdVZQ&t=1287s>
 11. Ce este marketingul - să înțelegem pe scurt - <https://www.youtube.com/watch?v=i1xz5Kv-7VY&t=38s>

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Furnizarea informațiilor privind criteriile de evaluare / Furnizarea informațiilor privind bazele metodologice de realizare a proiectelor.	2	- dialogul - dezbatere - lucru în echipa	<i>Prezentarea în power –point</i>
2	Marketingul ca filozofie de afaceri: studiu de caz, temă de lucru pentru echipe în cadrul seminarului.	2		<i>Articole disponibile online</i>
3	Mediul de marketing: studii de caz, joc de rol.	3		<i>Studii de caz</i>
4	Segmentarea-Țintirea-Poziționarea: studiu de caz.	3		<i>Ghid proiect</i> ▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online:
5	Cercetări de marketing: utilizarea metodelor de cercetare, experimentul de marketing.	2		- Platforma e-learning - Conexiune internet
6	Prezentare proiecte	2		Platforma ZOOM

Bibliografie

- Bondrea Aurelian A, *Introducere în marketing*, Editura România de Măine, București, 2011
- Duțu Amalia – *Marketing – suport de curs în IFR (în format electronic)*, 2022
- Duțu Amalia – *Marketing – teorie și practică. Curs pe suport electronic*, 2019
- Duțu Amalia – *Proiectarea unei cercetări selective de piață. Ghid de proiect*, suport electronic, 2020
- Duțu Amalia, Understanding Consumers' Behaviour Change in Uncertainty Conditions: A Psychological Perspective, in Handbook of Research on Retailer-Consumer Relationship Development, editori: Fabio Musso and Elena Druică, DOI: 10.4018/978-1-4666-6074-8, IGI Global, SUA, 2014
- Kotler Ph., Armstrong G., *Principiile marketingului*, Ediția a IV-a, Ed. Teora, București, 2008
- Kotler Ph., Keller K., *Managementul marketingului*, Ed. Teora, 2008
- Meghișan Gheorghe, Diaconu Mihaela, Nistorescu Tudor, Crăciun Liviu, *Marketing- manual universitar pentru IFR*, Editura Universitaria, Craiova, 2009
- Mihai Diaconescu, *Marketing*, Editura Universitaria, 2014
- Philip Kotler - Ce este marketingul? - <https://www.youtube.com/watch?v=sR-qL7QdVZQ&t=1287s>
- Ce este marketingul - să înțelegem pe scurt - <https://www.youtube.com/watch?v=i1xz5Kv-7VY&t=38s>
- Pandelică Amalia, Pandelică Ionuț, Oancea Olimpia, *Market orientation: Identifying gaps between theory and practice, 27th Industrial Marketing and Purchasing Conference - The Impact of Globalisation on Networks and Relationship 2.Dynamics*, Strathclyde University, Glasgow, Scotland, 2011

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

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

Notă: 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 Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare finală.	50 %
10.5 Seminar față în față	- prezența și participarea activă la seminar, implicarea în rezolvarea studiilor de caz;	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog.	10%
	- corectitudinea utilizării metodelor de cercetare; - corectitudinea analizei statistice și interpretarea rezultatelor; - coerența logică a rezultatelor; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Prezentarea liberă a proiectului; - Chestionare orală sub formă de dialog.	40%

10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul marketing; 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Marketing"; 3. Proiectul conține tabele de frecvențe și graficele asociate.
------------------------------------	--

Data completării
22 septembrie 2022

Coordonator disciplină,
Conf. univ. dr. Duțu Amalia

Titular de seminar,
Ec. dr. Brînzea Mihaela

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

Director Centru IFR
Conf. univ. dr. Brutu Mădălina

FIȘA DISCIPLINEI
Econometrie, 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
1.7	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei												Econometrie			
2.2 Titularul activităților de curs (coordonator disciplină)												Lect. univ. dr. Dicu Consuela			
2.3 Titularul activităților de laborator												Lect. univ. dr. Dicu Consuela			
2.4 Anul de studii		II		2.5 Semestrul		1		2.6 Tipul de evaluare		E		2.7 Regimul disciplinei		O	

3. Timpul total estimat

3.1	Medie ore pe săptămână	3	3.2	din care A.I.	1	3.3	SF / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care A.I.	14	3.6	SF / 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								20
Pregătire laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								3
3.7	Total ore studiu individual	83						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea noțiunilor economice de Microeconomie, Macroeconomie, Matematică aplicată în economie, Statistică economică
4.2	De competențe	• Capacitatea de înțelegere și utilizare a limbajului domeniului de studiu și fundamental: concepte, principii metode, modele și teorii • Capacitatea de analiză, sinteză și interpretare a informației • Capacitatea de gândire inductivă și deductivă, pragmatică și aplicativă, gândirea asociativă și inferențială

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	Materialul de studiu este realizat în tehnologia ID/IFR
5.2	De desfășurare a laboratorului	Dotarea sălii de seminar cu calculator, tablă / flipchart și cretă / marker; fiecare student folosește un calculator pentru rezolvarea studiilor de caz; participarea studentilor la susținerea testului; respectarea termenului anunțat de cadrul didactic pentru predarea temei de casa; participarea studenților la seminarii. 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 C.6. Asistență în managementul resurselor umane – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Formarea unei culturi și a unei educații statistice modelatoare economice aplicate, care să permită viitorului absolvent de studii de licență să valorifice gândirea sa statistică, matematică și econometrică, cu accent pe realitatea economică, cu ajutorul unor modele concrete generatoare de instrumente de prognoză și simulare în fenomenele economice, valorificând atât indicatori simpli și eficienți în plan managerial economic, cât și simulând și proiectând activitatea unei entități/organizații, într-un domeniu concret, conducând în final la luarea unor decizii cu caracter economic și financiar, juste și optime în condiții de risc și incertitudine specifice economiei de piață comunitar europene.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Cunoașterea și înțelegerea conceptelor econometrice fundamentale ce reunite constituie limbajul caracteristic al acestei științe și utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională, alături de cunoașterea principalelor metode și modele ale teoriei axate pe paradigma variabilității, inferenței, regresiei și corelației; 2. Operarea cu conceptele și pătrunderea sensului principiilor fundamentale ale gândirii econometrice generale, dar și a celei aplicate în economie; 3. Explicarea și interpretarea corectă a rolului și obiectului de studiu al modelării econometrice și identificarea și valorificarea metodelor specifice în relațiile pe care econometria le are cu celelalte științe privită ca ansamblu de metode; 4. Definirea și descrierea conceptelor statistice, matematice și econometrice, a procedeele de testare și a metodelor de decizie folosite în elaborarea și validarea modelelor economice care se circumscriu în economia proceselor decizionale și economia entității/organizației economice dar și a mezo sau macroeconomiei; 5. Identificarea și descrierea avantajelor și limitelor de simulare și prognoză ale principalelor modele economice axate pe indicatori statistici economico-financiar reușiți în sisteme ce descriu poziția, performanța, rentabilitatea și gestiunea la nivelul entității/organizației sau economiei B. Obiective procedurale 1. Aplicarea unor principii îmbunătățite de construcție a ipotezelor statistice, urmate de decizii de validare sau invalidare, precum și de modelarea etapizată a fenomenelor economice cu ajutorul unor metodologii statistice unitare în rezolvarea de probleme/situații economice repetitive și cu impact major managerial, bine definite de modelare concretă și de corelare a unor evaluări practice cu teoria ciclicității economice, teoria echilibrului extern al unei entități economice și al economiei în ansamblu, valorificând diferite sisteme de indicatori și baze de date sau informații disponibile (de exemplu: sistemul de indici ai raportului de schimb ai comercializării externe, sistemul de indicatori ai balanței de plăți externe și ai poziției investiționale internaționale, al datoriei externe, al semnalului extern transmis prin indicatori ai riscului de țară al ciclicității, și nu în ultimul rând sistemul de indicatori pe termen scurt etc.); 2. Utilizarea adecvată și corect etapizată de criterii și metode standard de modelare și validare, pentru a aprecia calitatea, meritele și limitele unor modele econometrice, prin pachete de programe specializate în realizarea de statistică descriptivă, de grafice distinctive, de parametrizări și testări de parametri în modele, valorificând indicatori diverși de la cei ai dezvoltării durabile de pe site-ul INS (http://www.insse.ro/cms/files/Web_IDD_BD_ro/index.htm) sau site-ul statistic EUROSTAT (http://epp.eurostat.ec.europa.eu/guip/introAction.do?profile); 3. Identificarea unor situații concrete de aplicare a modelelor economice elaborate pornind de la indicatori statistici economici ai SCN (Sistemul Contabilității Naționale) și macro agregatele sale specifice, la sistemele de indicatori statistici economici de cuantificare a impactului protecției mediului înconjurător, respectiv de la un sistem minimal de indicatori statistici economici de tip semnal al crizei, la sisteme de indicatori statistici ai investițiilor străine directe sau indicatori bugetari etc; 4. Elaborarea unor teme de casă în mod profesional (modelări de fenomene concrete din economia națională pornind de la sisteme de indicatori pe termen lung, mediu sau scurt utile entităților economice din diverse activități economice valorificând rapoarte statistice de analiză specializată cu utilizarea unor noțiuni și principii metodologice statistice, dar și cu valorificarea unor soluții matematice aplicative și a unor concepte econometrice de la testare la parametrizare, confruntând dinamica realității și precaritatea modelelor, în raport cu evoluția medie din ciclul specific al activității desfășurate în economia europeană; 5. Utilizarea eficientă a abilităților de a modela cu ajutorul unor pachete de programe (Eviews in variante demo) valorificând statistici ale fenomenelor economice la nivelul entităților economice și instituționale și de dezvoltare similar cu sistemul informațional macroeconomic, un sistem de modele decizionale rapide în economie, util și la nivelul managerului și antreprenorului; dezvoltarea unor aptitudini de a identifica, construi, testa și valida sau invalida prompt modele economice valorificând concret anchete și chestionare statistice solicitate de către INS și EUROSTAT; discernământ statistic și econometric în construcția modelelor la nivelul entităților economice și instituționale care să simplifice decizia managerială și antreprenorială și să permită realizarea de simulări și proiecții cu erori relativ mici în ceea ce privește viitorului afacerilor în plan național și comunitar.

	C. Obiective atitudinale 1. Respectarea normelor de deontologie statistică, matematică și econometrică, dar simultan și a eticii economice și financiare (a codului deontologic al statisticianului simultan cu cel al matematicianului și econometricianului), fundamentate pe principiile autonomiei informaționale, confidențialității, transparenței, relevanței, proporționalității și raportului cost – eficiență, pe adevărul și demonstrația matematică, pe testarea și modelarea econometrică, în demersul specific specialistului în econometrie financiară sau în modelare aplicată în economie; 2. Familiarizarea cu rolurile specifice din rețeaua unei echipe și cooperarea în activitățile specifice sau munca în echipă pentru rezolvarea diferitelor teme de casă și referate; 3. Utilizarea unor metode specifice de elaborare a unui plan de dezvoltare personală și profesională, alături de conștientizarea nevoii de formare continuă care să includă agregativ educația statistică, matematică, econometrică, economică.
--	--

8. Conținuturi

8.1. Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
U1	Modelarea econometrică a fenomenelor și proceselor economice 1.1. Modelarea econometrică: definire și semnificații contemporane 1.2. Scurt istoric al apariției și dezvoltării modelării economice sau econometriei ca știință 1.3. Obiect de studiu, obiective și pachete de programe în modelarea econometrică	1	Studiul individual	Suportul de curs proiectat în tehnologia ID/IFR disponibil studenților pe platforma de e-learning instituțională
U2	Modelul și modelarea econometrică 2.1. Modelul și modelarea econometrică 2.2. Tipologia și dinamica modelelor. 2.3. Covarianță. Coeficient de corelație. Coeficient de determinare	1		
U3	Testarea ipotezelor statistice 3.1. Noțiuni generale privind testarea ipotezelor statistice 3.2. Verificarea ipotezelor statistice 3.3. Câteva exemple de ipoteze statistice testate	3		
U4	Identificare, specificare, parametrizare și testare în modelul econometric al regresiei unifactoriale 4.1. Gândirea statistică modernă și modelul econometric de regresie unifactorială 4.2. Specificarea și identificarea modelului econometric de regresie unifactorială 4.3. Estimări ale parametrilor în regresia unifactorială 4.4. Ipoteze, teste și validări ale modelului econometric de regresie unifactorială 4.5. Exemple de modele de regresie unifactorială	3		
U5	Identificare, specificare, parametrizare și testare în modelul econometric al regresiei multifactoriale 5.1. Gândirea statistică și definirea succesivă a modelului de regresie multifactorială 5.2. Specificarea și identificarea modelului econometric de regresie multifactorială 5.3. Estimări ale parametrilor în modelul econometric de regresie multifactorială 5.4. Ipoteze, teste și validări ale modelului econometric de regresie multifactorială 5.5. Exemple de modele de regresie multifactorială	3		
U6	Modelarea econometrică a seriilor de timp 6.1. Modelarea econometrică a seriilor de timp 6.2. Exemple	2		
U7	Modele econometrice de analiză micro și macroeconomice 7.1. Modele econometrice de analiză microeconomice 7.2. Modele econometrice de analiză macroeconomice	1		
Bibliografie 1. Dicu C., - <i>Econometrie – manual universitar pentru învățământ cu frecvență redusă, (suport electronic), 2022</i> 2. Săvoiu G., - <i>Econometrie, Editura Universitară, București, 2011</i> 3. Dicu (Necșulescu) C. <i>Econometrie- suport de curs pentru IFR (suport electronic), 2018</i> 4. Dicu (Necșulescu) C. - <i>Econometrie, Editura UPIT, 2011</i> 5. Săvoiu G., Dicu (Necșulescu) C. - <i>Econometrie, Editura Universitară, București, 2010</i> 6. Tudorel A., Regis Bourbonnais, - <i>Econometrie, Ed. Economica, București, 2008.</i> 7. Tudorel A., Oancea B., Mirică A., - <i>Econometrie – Teorie și aplicații, Ed. Economica, București, 2018</i>				

8.2. Aplicații: Laborator		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor de casă și a referatelor Gândirea specifică a modelării statistico–matematice a fenomenelor economice.	1	- dialog - exercițiu - studiu de caz - testare	În cadrul primei întâlniri se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile utilizate în evaluarea rezultatelor învățării. La rezolvarea studiilor de caz se vor utiliza calculatoare. În timpul semestrului se vor susține 4 teste de verificare. ▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet - Platforma ZOOM
2	Modelul și modelarea econometrică, specificitate și tipologie, evoluția și perisabilitatea modelului econometric	1		
3	Variabile, metode, concepte și teorii necesare modelării econometrice (aplicații: principalii indicatori din statistica descriptivă pornind de la o serie de date)	2		
4	Asociere, regresie și corelație statistico-matematică și matrici de corelație – soluții de selectare a factorilor explicativi semnificați (aplicații cu matrici de corelație) –Testare*	4		
5	Testarea statistică a ipotezelor și decizia în modelarea econometrică (testul Jarque – Bera, test t, F etc.) Testare*	4		
6	Modelul regresiei clasice unifactoriale în universul economic (specificarea în modelul regresiei unifactoriale: ipoteze fundamentale, estimatori și proprietăți ale acestora, estimator nedepășat și distribuția de probabilitate a estimatorilor), parametrizare și validare - ipoteze și teste (aplicații și studii de caz) – Testare*	6		
7	De la modelul regresiei unifactoriale prin iterație către cel multifactorial. Aspecte specifice în modelul multifactorial (aplicații și studii decaz) – Testare*	6		
8	Studiul modelului când ipotezele clasice asupra erorilor nu sunt realizate. Autocorelarea, heterodasticitatea și multicolinearitatea. (aplicații și studii de caz)	2		
9	Modele neliniare (liniarizare, estimarea parametrilor, critici ale metodei, proprietățile estimatorilor obținuți, teste relative la estimatori, previziunea în modelele neliniare)	2		
Bibliografie				
1. Dicu C., - Econometrie – manual universitar pentru învățământ cu frecvență redusă, (suport electronic), 2022				
2. Săvoiu G.,– Econometrie, Editura Universitară, București, 2011				
3. Dicu (Necșulescu) C. Econometrie- suport de curs pentru IFR (suport electronic), 2018				
4. Dicu (Necșulescu) C. – Econometrie, Editura UPIT, 2011				
5. Săvoiu G., Dicu (Necșulescu) C. – Econometrie, Editura Universitară, București, 2010				
6. Tudorel A., Regis Bourbonnais, – Econometrie, Ed. Economica, București, 2008.				
7. Tudorel A., Oancea B., Mirică A., - Econometrie – Teorie și aplicații. Ed. Economica, București. 2018 .				

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

Corectitudinea, rapiditatea, precizia și acuratețea însușirii limbajului statistic, metodelor de testare și modelelor econometrice și gândire modelatoare aplicată în realitatea economică, însușite la nivelul disciplinei *Econometrie* vor satisface așteptările reprezentanților comunității epistemice / academice din domeniul economic, prin pregătirea unor potențiali manageri;
 Competențele procedurale și atitudinale ce vor fi deprinse la nivelul activității practice din seminar și din studiul tematicii de casă prin valorificarea pachetelor de programe specializate de tip Eviews (variante demo), Excel și a site-urilor cu programe și baze de metadate la nivelul disciplinei *Econometrie* vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniul economic.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate;	Probă scrisă: - 2 subiecte teoretice abordabile în manieră explicativ - argumentativă - 2 subiecte aplicative de calcul, analiză și interpretare economică a rezultatelor	50 % din care: 20% 30%
10.5 Laborator	• 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	Soluții oferite la studii de caz și aplicații și expunerea liberă a studentului sau scurta referire la o tema econometrică (conceptută sintetic, cu minim 5 surse bibliografice și date de pe cel puțin un site specializat statistic: INS; BNR; EUROSTAT; etc) Evaluarea medie a unui agregat de maxim 4 teste	50% din care: 10% 20%

	celor de la seminarii. • Tema de casă - se vor rezolva două studii de caz cu estimari si parametri reali incluzând controlul si interpretarea rezultatelor.	- Participarea individuală sau în echipă la realizarea și prezentarea temei de casă (două studii de caz) Evaluarea celor două studii de caz	20%
--	--	--	-----

10.6 Standard minim de performanță	Comunicarea în limbaj specific, însușit corect și capacitatea de a opera cu metode si tehnici de lucru caracteristice disciplinei studiate.
------------------------------------	---

Data completării
22 septembrie 2022

Coordonator disciplină,
Lect. univ. dr. Dicu Consuela

Titular de laborator,
Lect. univ. dr. Dicu Consuela

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

Director Centru IFR,
Conf. univ. dr. Mădălina BRUTU

FIȘA DISCIPLINEI
Servicii și utilități publice
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
1.7.	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei					Servicii și utilități publice						
2.2 Titularul activităților de curs (coordonator disciplină)					Lect. univ. dr. Nicoleta DASCĂLU						
2.3 Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Nicoleta DASCĂLU						
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Medie ore pe săptămână	2	3.2	din care A.I.	1	3.3	SF/ L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	28	3.5	din care A.I.	14	3.6	SF/ L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								15
Pregătire seminarii/proiecte, teme, referate, portofolii, eseuri								14
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	Elemente de Management, Microeconomie, Macroeconomie
4.2. de competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	Materialul de studiu este realizat în tehnologia ID/IFR
5.2	De desfășurare a seminarului/proiectului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii / 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.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	Cunoașterea serviciilor și a serviciilor comunitare de utilități publice și explicarea rolului acestora în economie
7.2. Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Descrierea structurii și a modului de funcționare a componentelor economice și de administrație publică 2. Explicarea rolului, interacțiunii și funcționării componentelor economice și de administrație publică în managementul serviciilor publice 3. Evaluarea serviciilor publice din punct de vedere al efectelor economice și sociale

	4. Dezvoltarea și implementarea de soluții pentru serviciile publice care integrează aspectele economice și de management B. Obiective procedurale 1. Identificarea principiilor leadership-ului aplicabile în dezvoltarea serviciilor publice 2. Explicarea influenței managementului strategic și a guvernării moderne asupra derulării serviciilor publice 3. Identificarea unor categorii de probleme complexe în sfera serviciilor în administrația publică și a metodelor specifice de rezolvare a acestora 4. Explicarea tiparelor de soluții și instrumente folosite pentru dezvoltarea serviciilor în administrația publică C. Obiective atitudinale 1. Dezvoltarea de module pentru susținerea aspectelor economice și de management ale serviciilor publice 2. Evaluarea serviciilor publice din punct de vedere al efectelor economice și sociale 3. Dezvoltarea și implementarea de soluții pentru serviciile publice care integrează aspectele economice și de management 4. Dezvoltarea unor strategii de comunicare și negociere pentru obținerea efectelor sociale și de comunicare dorite 5. Evaluarea serviciilor publice din punct de vedere al efectelor sociale și de comunicare 6. Dezvoltarea și implementarea de soluții pentru serviciile publice care integrează managementul strategic și guvernarea modernă
--	---

8. Conținuturi

8.1. Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
U1	Considerații generale privind serviciile și utilitățile publice	2	▪ Studiu individual	Suportul de curs proiectat în tehnologia ID/IFR disponibil studenților pe platforma de e-learning instituțională
U2	Serviciile publice locale de natură administrativă	2		
U3	Serviciile comunitare de utilitati publice	2		
U4	Agentii economici prestatori de servicii publice	1		
U5	Modalități de gestiune a serviciilor publice	2		
U6	Sistemul de management al serviciilor publice	2		
U7	Productivitatea serviciilor publice	1		
U8	Sistemul indicatorilor de performanță în cadrul organizațiilor prestatoare de servicii publice	2		
Bibliografie:				
1. Boța Anton Florin, Dascălu Nicoleta, Politci publice și politici sociale, Editura Sitech, Craiova, 2009.				
2. Dascălu Nicoleta, Autonomie locală și dezvoltare regională, Editura Sitech, Craiova, 2010				
3. Dascălu Nicoleta, Politici publice și politici sociale, Editura Sitech, Craiova , 2011				
4. Dascălu Nicoleta, Servicii și utilități publice – manual universitar pentru învățământ cu frecvență redusă, (suport electronic), 2022				
5. Dascălu Nicoleta, Servicii și utilități publice, suport de curs IFR (suport electronic), 2016				
6. Dumitrașcu Vadim, Servicii și utilități publice. Economie. Management. Strategii. Politici, Ed. Universitară, 2016.				
7. Iordan Nicola, Managementul serviciilor publice locale. Ediția a 2-a, Ed. C.H. Beck, București, 2010;				
8. Iorga Elena, Ercuş Loredana, Managementul serviciilor publice în municipiile din România, București, 2010				
9. Miulescu Nicoleta, Servicii publice locale, Editura Universul Juridic, 2010.				
10. Plumb Ion, Androniceanu Armenia, Abăluță Oana, Managementul serviciilor publice, Ediția a-II-a, Editura ASE 2008.				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar introductiv. Prezentarea conținutului și obiectivelor disciplinei, precizarea metodelor de lucru și a bibliografiei. Serviciile publice și rolul lor în societate	2	conversația euristică exercițiul dezbateră lucrul în grup	Se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiilor Studii de caz ▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online:
2	Finanțarea serviciilor publice locale	2		
3	Servicii publice oferite de organizațiile neguvernamentale	2		
4	Practica autoritatilor publice locale în materia organizării și funcționării serviciilor publice locale	4		
5	Forme de gestionare a serviciilor publice. Sistemul indicatorilor de performanta in cadrul organizațiilor prestatoare de servicii publice	2		

6	Evaluare	2		- Platforma e-learning - Conexiune internet Platforma ZOOM
---	----------	---	--	--

Bibliografie:

1. Boța Anton Florin, Dascălu Nicoleta, Politici publice și politici sociale, Editura Sitech, Craiova, 2009.
2. Dascălu Nicoleta, Autonomie locală și dezvoltare regională, Editura Sitech, Craiova, 2010
3. Dascălu Nicoleta, Politici publice și politici sociale, Editura Sitech, Craiova, 2011
4. Dascălu Nicoleta, Servicii și utilități publice – manual universitar pentru învățământ cu frecvență redusă, (suport electronic), 2022
5. Dascălu Nicoleta, Servicii și utilități publice, suport de curs IFR (suport electronic), 2016
6. Dumitrașcu Vadim, Servicii și utilități publice. Economie. Management. Strategii. Politici, Editura Universitară, 2016.
7. Iordan Nicola, Managementul serviciilor publice locale. Editia 2, Ed. C.H. Beck, București, 2010;
8. Iorga Elena, Ercuș Loredana, Managementul serviciilor publice în municipiile din România, București, 2010
9. Miulescu Nicoleta, Servicii publice locale, Editura Universul Juridic, 2010.
10. Plumb Ion, Androniceanu Armenia, Abăluță Oana, *Managementul serviciilor publice*, Ediția a-II-a, Editura ASE, 2008.

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

*corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și metodelor specifice serviciilor și utilităților publice 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 Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF	calitatea și coerența tratării celor 2 subiecte abordabile în manieră explicativ – argumentativă (15%) + un subiect de analiză și interpretare (15%).	examen scris	30%
10.5 Seminar față în față	evaluarea lucrărilor individuale, a prezenței și a participării la dezbateri de analiză și interpretare + evaluare periodică;	prezență și activitate la seminar evaluare periodică scrisă evaluare temă de casă	10% 30% 30%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei Cunoașterea conținutului serviciilor și al serviciilor comunitare de utilități publice și explicarea rolului acestora în economie		

Data completării
22 septembrie 2022

Coordonator disciplină,
Lect. univ. dr. Nicoleta DASCĂLU

Titular de seminar,
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

Director Centru IFR
Conf. univ. dr. Brutu Mădălina

FIȘA DISCIPLINEI
Economia turismului, 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
1.7	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei													Economia turismului		
2.2 Titularul activităților de curs (coordonator disciplină)													Lect. univ. dr. Cristina MICU		
2.3 Titularul activităților de seminar													Lect. univ. dr. Cristina MICU		
2.4 Anul de studii		II		2.5 Semestrul		1		2.6 Tipul de evaluare		C		2.7 Regimul disciplinei		O	

3. Timpul total estimat

3.1	Medie ore pe săptămână	4	3.2	din care A.I.	2	3.3	SF / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care A.I.	28	3.6	SF / 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								12
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								25
Tutorat								2
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 Economie, Geografie economică și Economia întreprinderii
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Materialul de studiu este realizat în tehnologia ID/IFR
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 testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Inițierea studentului în studiul fenomenului turistic la scară națională și mondială, însușirea unui ansamblu de cunoștințe teoretice și practice, înțelegerea modului de organizare a activității turistice, precum și a metodelor de calcul specifice circulației turistice.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte specifice fenomenului turistic. 2. Cunoașterea trăsăturilor caracteristice pieței turistice și serviciilor turistice. 3. Identificarea adecvată a conceptelor legate de planificarea, organizarea, coordonarea și controlul activității turistice. 4. Explicarea și interpretarea de date și informații din punct de vedere cantitativ și calitativ, pentru formularea de argumente și decizii concrete asociate turismului. <u>B. Obiective procedurale</u> 1. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice economiei turismului; 2. Culegerea și prelucrarea de date din surse documentare alternative și din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor care influențează fenomenul turistic.

	3. Formarea deprinderilor de utilizare a instrumentelor statistice în evaluarea circulației turistice . 4. Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme specifice asigurării calității serviciilor turistice. 5. 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. Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
U1	Turismul – activitate economico-socială 1.1. Delimitări conceptuale privind turismul 1.2. Importanța economico-socială, culturală și ecologică a turismului 1.3. Factorii care influențează dezvoltarea turismului	2	▪ Studiu individual	Suportul de curs proiectat în tehnologia ID/IFR disponibil studenților pe platforma de e-learning instituțională
U2	Potențialul turistic 2.1. Conținutul și structura potențialului turistic 2.2. Potențialul turistic al României	2		
U3	Organizarea turismului din perspectiva dezvoltării durabile 3.1. Structuri organizatorice în turism 3.2. Forme de integrare a activității turistice 3.3. Organizarea turismului în România 3.4. Dezvoltarea durabilă în turism	3		
U4	Formele de turism 4.1. Criterii de clasificare și particularități ale formelor de turism 4.2. Caracterizarea unor forme moderne de turism	2		
U5	Circulația turistică 5.1. Metodologia de măsurare a circulației turistice 5.2. Mecanisme de orientare a fluxurilor turistice	2		
U6	Piața turistică 5.1. Particularitățile și structura pieței turistice 5.2. Cererea turistică 5.3. Oferta turistică	2		
U7	Baza materială a turismului 7.1. Rolul și structura bazei materiale a turismului 7.2. Distribuția teritorială a structurilor de primire turistice cu funcțiuni de cazare din România	2		
U8	Serviciile turistice 8.1. Conținutul și particularitățile serviciilor turistice 8.2. Tipologia serviciilor turistice	2		
U9	Transporturile turistice 9.1. Transportul – factor determinant al dezvoltării turismului 9.2. Principalele forme de transport turistic 9.3. Transportul turistic durabil	2		
U10	Serviciile prestate în unitățile de de primire turistică cu funcțiuni de cazare și alimentație publică 10.1. Conținutul și structura serviciului de cazare 10.2. Conținutul și structura serviciului de alimentație publică	2		
U11	Serviciile de agrement în industria turistică 11.1. Agrementul turistic și timpul liber 11.2. Animația turistică – concept și tiplologie	2		
U12	Forța de muncă în turism 12.1. Caracteristicile muncii în turism 12.2. Indicatorii ocupării forței de muncă în turism 12.3. Evoluția și structura forței de muncă în turismul României	2		
U13	Eficiența economică și socială a turismului 13.1. Conținutul eficienței în turism 13.2. Sistemul de indicatori ai eficienței economice în turism 13.3. Eficiența socială în turism	3		

Bibliografie:				
1. Băltărețu Andreea Mihaela, <i>Economia industriei turistice</i>, Editura Universitară, 2016. 2. Coros, Monica Maria, <i>Managementul cererii și ofertei turistice</i>, Editura C.H. Beck, 2015. 3. Cristea Anca Adriana, <i>Industria agrementului în turism</i>, Editura Pro Universitară, 2018. 4. Dinu Mihaela, <i>Journal of Tourism Challenges & Trends</i>, Editura Universitară, București, 2016 5. Ielnicz, Mihai, Comănescu, Laura, <i>România – Potențial turistic</i>, Editura Universitară, București, 2009. 6. Jelev Viorica, <i>Turism internațional</i>, Editura România de Măine, 2012. 7. Nistoreanu, Puiu, Ghereș, Mihaela (coordonatori), <i>Turism rural. Tratat</i>. Editura C.H. Beck, București, 2010. 8. Micu Cristina, <i>Economia turismului - suport de curs pentru învățământul frecvență redusă</i>, format electronic, 2022. 9. Micu Cristina, <i>Dezvoltarea turismului durabil. Modelarea factorilor de influență.</i>, Editura Uranus, București, 2013. 10. Pavel Stanciu, <i>Piața turistică. Relațiile ofertă-cerere și fundamentarea strategiilor de dezvoltare</i>, Editura Economică, 2016. 11. Pîrvu Ramona, <i>Turism internațional. Aspecte economice și sociale</i>, Editura Universitaria, Craiova, 2015. 12. Stănculescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz</i>, Editura C.H. Beck, București, 2009. 13. Stănculescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Economia turismului - Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă</i>, Editura Universității din Pitești, 2009. 14. Slusariuc, Gabriela Corina, <i>Economia turismului</i>, Editura Universitas, Petroșani, 2015. 15. Țigu Gabriela (coordonator), <i>Resurse și destinații turistice pe plan mondial</i>, Editura Uranus, 2011. 16. Timothy Lee, Stănculescu, Gabriela, <i>Special interest tourism for community benefits</i>, Editura ASE, București, 2011				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1.	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, prezentarea structurii temei de casă și distribuirea temelor	1	▪ Dialogul ▪ Lucrul în grup ▪ Exercițiul ▪ Conversația euristică ▪ Dezbateri	Lucrul în echipă Prezentări tema de casă Calcule economice Studii de caz Teste de verificare ▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet Platforma ZOOM
2.	Elasticitatea cererii pentru turism	1		
3.	Funcția turistică	2		
4.	Principalii indicatori ce caracterizează circulația turistică	4		
5.	Caracteristicile pieței turismului. Determinarea orientării fluxurilor turistice	2		
6.	Organizarea turismului – Studii de caz	2		
7.	Indici de sezonalitate. Coeficientul de concentrare Gini	3		
8.	Distribuția teritorială a bazei materiale a turismului în România	2		
9.	Serviciile turistice – Studii de caz	3		
10.	Indicatorii ocupării forței de muncă în turism	2		
11.	Indicatorii eficienței activității turistice	4		
12.	Evaluare finală	2		
Bibliografie:				
1. Băltărețu Andreea Mihaela, <i>Economia industriei turistice</i>, Editura Universitară, 2016. 2. Coros, Monica Maria, <i>Managementul cererii și ofertei turistice</i>, Editura C.H. Beck, 2015. 3. Cristea Anca Adriana, <i>Industria agrementului în turism</i>, Editura Pro Universitară, 2018. 4. Dridea Catrinel Raluca, <i>Agrementul și animația în turism. Studii de caz</i>, Editura Pro Universitaria, 2016. 5. Jelev Viorica, <i>Turism internațional</i>, Editura România de Măine, București, 2012. 6. Micu Cristina, <i>Dezvoltarea turismului durabil. Modelarea factorilor de influență</i>, Editura Uranus, București, 2013. 7. Micu Cristina, <i>Economia turismului - suport de curs pentru învățământul frecvență redusă</i>, format electronic, 2022. 8. Neacșu Nicolae, Băltărețu Andreea, Neacșu Monica, Drăghilă Marcela, <i>Resurse și destinații turistice în România</i>, Editura Universitară, 2016. 9. Nedelea Alexandru Mircea, <i>Turism. Studii de caz</i>, Editura Economică, București, 2021. 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, Micu, Cristina, <i>Economia turismului - Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă</i>, Editura Universității din Pitești, 2009. 12. www.turism.gov.ro 13. www.insse.ro 14. www.europa.eu 15. www.world-tourism.org				

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi 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 turismului.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluare finală	30%
10.5 Seminar față în față	- prezență și participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz;	Prezență, evaluarea răspunsurilor studentului în activitățile de seminar și rezolvarea studiilor de caz.	20%
	- evaluare periodică;	Evaluare scrisă în timpul semestrului.	20%
	- gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă.	Evaluarea prezentării temei de casă.	30%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea conceptelor de bază specifice economiei turismului. Identificarea factorilor care influențează fenomenul turistic. Determinarea indicatorilor circulației turistice.		

Data completării
15 septembrie 2022

Coordonator disciplină,
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

Director Centru IFR
Conf. univ. dr. Brutu Mădălina

FIȘA DISCIPLINEI
Limba străină pentru afaceri 3 – engleza
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
1.7.	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					Limba străină pentru afaceri 3 – Engleza					
2.2	Titularul activităților de curs (coordonator disciplină)					-					
2.3	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Smaranda TOMA					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Medie ore pe săptămână	2	3.2	din care A.I.	-	3.3	SF / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	28	3.5	din care A.I.	-	3.6	SF / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								6
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								6
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								6
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	22						
3.8	Total ore pe semestru	50						
3.9	Număr de credite	2						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Nivel de competență lingvistică A1- A2 conform Cadrului European Comun de Referință pentru Limbi.
4.2	De competențe	• Capacitatea de analiză și sinteză • Capacitatea de înțelegere și utilizare a limbajului și a conceptelor domeniului de studiu • Capacitatea de a utiliza inducția și deducția • Capacitatea de structurare și interpretare a informației • Capacitatea de gândire pragmatică și aplicativă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	-
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea sălii de seminar cu CD player - 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	
Competențe transversale	• CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă – 1 PC • CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Parcurgerea acestui curs semestrial de limba străină îi va permite studentului: - Să dobândească competența necesară pentru a comunica, oral sau în scris, în contexte profesionale sau socioculturale diverse, prin mesaje cu grad de complexitate mediu;
---------------------------------------	---

	- Să-și dezvolte strategii de învățare individuale în vederea ameliorării proprii competențe lingvistice, inclusiv plurilingvă, în funcție de nevoile specifice, prin munca în echipă sau în autonomie; - Să-și identifice și să utilizeze instrumentele lingvistice esențiale profesiei pentru care se pregătesc prin programul de studii urmat; - Să-și aprofundeze noțiunile fundamentale despre civilizația britanică și europeană și cultura antreprenorială - Să conștientizeze aspectul diferențelor culturale reflectate în limbă și a impactului acestora în interacțiunile profesionale.
7.2 Obiectivele specifice	• Dezvoltarea și consolidarea unui vocabular economic prin abordarea unor texte specializate; • Dezvoltarea și consolidarea mecanismelor gramaticale specifice textelor economice; • Sistematizarea cunoștințelor teoretice și practice în scopul decodării unui text de specialitate; • Familiarizarea studenților cu elemente lingvistice intratextuale caracteristice complexității discursului economic, a structurilor semantice și funcțiilor categoriilor de texte amintite; • Dezvoltarea capacității de identificare a termenilor și structurilor care trimit spre concepte particulare ale domeniului, al căror ancodaj / decodaj contextualizat impune consultarea specialistului din domeniul economic.

8. Conținuturi

8.1. Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Economics	3	Expunerea cu material suport Explicația Exemplificarea Dialogul Conversația euristică	CD Player Tabla Videoproiector Calculator platformă e-learning (chat, forum) E-mail ▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet -Platforma ZOOM
2	On Partnership	3		
3	Banking	3		
4	Means of Payment	3		
5	Accounting	3		
6	Corporate Management	3		
7	Business Firms Going Global	3		
8	Marketing	3		
9	Advertising	2		
10	Evaluare finală	2		

Bibliografie:

1. Ashley, A., 2003, Oxford Handbook of Commercial Correspondence (New Edition), Oxford University Press.
2. Bantaș, A., Năstăsescu Violeta, 2000, Dicționar economic, Editura Niculescu, București.
3. Barghiel, V. et al., 2003, English for Business Administration, Editura Economică, București.
4. Chiriacescu, Adriana et.al., 2002, Corespondență de afaceri în limbile română și engleză, Editura Teora, București.
5. Duckworth, M., 2003, Business Grammar and Practice, Oxford University Press.
6. Gibson, R., 2002, Intercultural Business Communication, Oxford University Press.
7. Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty, 2014, Business Result. Intermediate. (B1) Student's Book. Oxford University Press.
8. Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty, 2014, Business Result. Intermediate. (B1) Audio CDs (2). Oxford University Press.
9. Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty, 2014, Business Result. Pre-Intermediate. (A2) Student's Book. Oxford University Press.
10. Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty, 2014, Business Result. Pre-Intermediate. (A2) Audio CDs (2). Oxford University Press.
11. Iarovici, Edith, Mareș, Liliana, 1993, Lecții de limba engleză pentru nivel avansat și mediu, Editura Teora.
12. Ilinca, Cristina, 2017, English for Business Communication, Editura Universitatii din Pitesti.
13. Jones, L., Alexander, A., 1989, International Business English, Cambridge, Cambridge University Press.
14. Lewis-Schätz, Sarah, Süchting, Dorte, 2006, Engleza de afaceri, Editura Niculescu, București.
15. Littlejohn, A., 2005, Business Correspondence, Fourth Edition, Cambridge University Press.
16. Loughed, L., 2002, Business Correspondence – Low Intermediate Business Correspondence, Second Edition, Prentice Hall.
17. Marcheteau, M., Berman, J.P., Savio, M, 2006, Engleza comercială, Editura Niculescu, București.
18. Mackenzie, Ian, 2011, Professional English in Use Management. Cambridge University Press.

19. Mackenzie, Ian, 2016, Professional English in Use, Finance. Cambridge University Press.
20. Mincă, Nicoleta, Simoni, Smaranda, Maciu, Andreea, 2017, Business English, Editura Universitatii din Pitesti, Editia a II-a.
21. Morris, Catrin, 2012, Flash on English for Tourism, ELI, ESP Series.
22. Prelipceanu, Cristina et al., 2004, English for Tourism and Hospitality Industry, Editura Universitară, București.
23. Prodromou, Luke, Bellini, Lucia, 2012, Flash on English for commerce, ELI, ESP Series.
24. Ștefan, Rodica, Pricope, Mihaela, Beldea, Elena, 2001, Go Ahead-English Course for Business Studies, Editura Fundației "România de Măine", București.
25. Toma Smaranda, Mincă Nicoleta, 2022, Limbă engleză pentru afaceri (4) – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă, Pitești, format electronic disponibil pe platforma informatică.
26. Tuck, A., 1993, Oxford Dictionary of Business English, Oxford University Press.
27. <http://www.thefreedictionary.com/>
28. <http://iate.europa.eu/>
29. www.collinsdictionary.com
30. <http://learnenglish.britishcouncil.org/>

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 Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF			
10.5 Seminar Seminar față în față	- prezența și participarea activă la seminar - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea	<i>Evaluare formativă, în timpul semestrului.</i> - prezența și participarea activă la seminar - test semestru - temă de casă <i>Evaluare sumativă, la sfârșitul semestrului.</i>	20% 30% 20% 30%
10.6 Standard minim de performanță	Stăpânirea noțiunilor fundamentale aferente tematicii abordate și capacitatea de a le exprima în limba engleză.		

Data completării
15 septembrie 2022

Coordonator disciplină,

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

Director Centru IFR
Conf. univ. dr. Brutu Mădălina

FIȘA DISCIPLINEI

*Educație fizică, 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
1.7.	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					Educație fizică					
2.2	Titularul disciplinei (coordonator disciplină)										
2.3	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Ștefănică Valentina					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	I	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Medie ore pe săptămână	1	3.2	din care A.I.	-	3.3	SF / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	14	3.5	din care A.I.	-	3.6	SF / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								3
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								2
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități								2
3.7	Total ore studiu individual	11						
3.8	Total ore pe semestru	25						
3.9	Număr de credite	1						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	
4.2	De competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	
5.2	De desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	Teren Sport Bitum/iarbă, Sală Fitness/Sală Sport, "Gh. Doja" Nr. 41, Pitești; mingi, vestuțe de departajare, jaloane, cercuri, competuri și alte materiale auxiliare; prezența studenților la seminar. Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	
Competențe transversale	CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei;

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Conștientizarea rolului și importanței practicării exercițiilor fizice cât și îmbunătățirea stării generale de sănătate;
7.2 Obiectivele specifice	Obiective atitudinale: OA1 - formarea convingerilor și deprinderilor de practicare independentă a exercițiilor fizice și a sporturilor preferate, în scop igienic, deconectant; OA2 - îmbunătățirea continuă a stării de sănătate, a vigoriei fizice, psihice precum și a dezvoltării corporale armonioase;

	OA3 - ridicarea nivelului general de motricitate și însușirea elementelor de bază din practica unor ramuri sportive; OA4 - formarea și consolidarea unui sistem de cunoștințe practice și teoretice (didactice, metodice, tehnice, organizatorice) în concordanță cu sarcinile generale ale învățământului superior; OA5 - modelarea stărilor psihocomportamentale și transpunerea acestora în practica vieții sociale (fair-play, spirit de echipă, responsabilitate, perseverență, hotărâre, încredere, stăpânire de sine, etc.); OA6 - formarea unei conduite favorabile și a unui stil de viață sănătos, mental și fizic prin practicarea activităților cu specific sportiv; OA7 - desfășurarea unor activități sportive care să contribuie la menținerea unui aspect fizic plăcut; OA8 - stimularea interesului pentru sport și mișcare, ca modalitate de menținere a stării de sănătate și de influențare a unei evoluții corecte și armonioase a organismului. Obiective procedurale: OP1 – exersarea deprinderilor în vederea realizării capacității de organizare a sarcinilor care le vor avea ca organizatori de activități educative cu caracter sportiv;
--	---

8. Conținuturi

8.1. Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF (unități de învățare)	Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
Bibliografie			
8.2. Aplicații – Seminar	Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
Verificarea capacității motrice generale de viteză, rezistență, forță, îndemânare/coordonare; Prezentarea unui conținut teoretic minimal vizând jocurile sportive fotbal, baschet, handbal și volei, valențele și trăsăturile lor specifice, realizarea instructajului pentru protecția muncii, prezentarea obiectivelor și a cerințelor disciplinelor predare, susținerea testărilor inițiale; Jocuri pe spații reduse de 2x2, 3x3, 4x4, 5x5, Fotbal, Tenis, Badminton;	4 ore	Metode conversația, demonstrația, observația	– În cadrul primei întâlniri se stabilesc obligațiile studenților și se precizează criteriile utilizate în evaluarea rezultatelor
Susținerea eficientă a efortului specific solicitărilor în lecția de educație fizică și sport și întreceri. Calități motrice specifice: Viteza: de reacție față de: minge, partener, adversar; de execuție a deplasărilor, săriturilor și a procedeelor tehnice de bază Forță explozivă la nivelul trenului inferior Rezistență la efort mixt Îndemânare în manevrarea obiectului de joc	4 ore	Metode conversația, demonstrația, exersarea, observația, imitația, modelarea.	–
Utilizarea adecvată în întreceri / concursuri a procedeelor tehnice însușite. Handbal: procedee tehnice: în apărare: poziția fundamentală: înaltă, medie, joasă, deplasare laterală pe semicerc cu pași adăugați, către dreapta și către stânga, deplasare cu pași adăugați, către înainte și către înapoi, alergare laterală către dreapta și către stânga, schimbarea direcției din alergarea laterală și deplasarea laterală cu pași adăugați, săriturile pe un picior din deplasare și pe ambele picioare, de pe loc și din deplasare în atac: în jocul fără posesia mingii: poziția fundamentală, alergare de viteză, schimbarea tempoului, alergării, oprirea și demarcarea, alergare laterală, schimbările de direcție din alergarea normală și laterală, săriturile pe un picior din deplasare și pe ambele picioare de pe loc și din deplasare, deplasarea pe semicerc. în jocul cu posesia mingii: pasele de pe loc și din deplasare: cu o mână și cu ambele mâini de jos, de sus, din lateral, directe și cu pământul, la diferite distanțe și către diferite direcții driblingul pe loc și în deplasare: cu variația înălțimii și a tempoului alergării, cu fiecare mână, cu viteză maximă, cu fiecare mână, driblingul	4 ore	Metode conversația, demonstrația, exersarea, observația, imitația, modelarea.	– ▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet -Platforma ZOOM

cu schimbarea direcției: cu trecerea mingii prin spate, cu fiecare mână, aruncările la poartă de pe loc, din deplasare: HANDBAL Acțiuni tactice individuale de atac: demarcarea pentru intrarea în posesia mingii; deplasarea în teren, pătrunderea; dribling, fenta de pasare, de depășire și de aruncare; depășirea și aruncarea la poartă sau pasarea mingii; Acțiuni tactice individuale de apărare: marcajul între atacant și poartă; marcajul între atacant și minge, apărarea om la om, lansarea contraatacului. VOLEI Procedee tehnice însușite anterior poziția fundamentală: înaltă, medie, joasă, deplasare laterală cu pași adăugați, către dreapta și către stânga, deplasare cu pași adăugați, către înainte și către înapoi, alergare laterală către dreapta și către stânga, schimbarea direcției din alergarea laterală și deplasarea laterală cu pași adăugați, săriturile pe un picior din deplasare și pe ambele picioare, de pe loc și din deplasare pasele de pe loc și din deplasare cu ambele mâini de jos, de sus, din lateral, la diferite distanțe și către diferite direcții, dublajul. preluarea din serviciu, din atac, pase înalte, scurte, lovitura de atac, serviciul. VOLEI Acțiuni tactice individuale de atac: orientarea preluării către zona în care se află ridicătorul; orientarea serviciului în zone precizate; adaptarea loviturii de atac ca forță și direcție în funcție de traiectoria mingii. Acțiuni tactice individuale de apărare: plasamentul adecvat în zona proprie la primirea serviciului; plasamentul în zona proprie la efectuarea serviciului coechipierilor; anticiparea și plasarea eficientă pe direcția mingii transmisă de adversar blocajul individual; supravegherea mingii preluată / transmisă de parteneri și intervenția în cazul execuțiilor impuse.			
Verificare practică: Norme de control specifice Handbal Testare – dribling printre jaloane, aruncare la poartă prin procedeu la alegere. Pasă plecare pe contraatac, reprimire dribling și aruncare la poartă din săritură. Fotbal Testare – dribling printre jaloane, șut la poartă. Pasă plecare pe contraatac, reprimire dribling și șut la poartă din afara careului. Joc bilateral. Volei Testare – pase în doi de sus și de jos, pase la perete număr de repetări. Pasă plecare pe contraatac, lovitura de atac. Joc bilateral. Baschet Testare – dribling printre jaloane, aruncare la cos prin procedeu la alegere. Pasă plecare pe contraatac, reprimire dribling și aruncare la cos din săritură. Joc bilateral	2 ore	Metode - practice, intuitive, verbale și evaluative.	
	Total 14 ore		
Bibliografie *** Regulamente pe ramuri de sport – <i>Atletism, Baschet, Badminton, Handbal, Fotbal, Volei</i>, elaborate de Federațiile sportive. Drăgan, I., (2010), <i>Din secretele sănătății cei 2 M Mișcarea și Mâncarea</i>, Editura Bogdana, București. Mihăilescu, L., Mihăilescu, N., (2006), <i>Atletism în sistemul educațional</i>, Editura Universității din Pitești. Niculescu, I., (2003), <i>Jocuri dinamice</i>, Editura Universității din Pitești. Oprîș Florentina, (2012), <i>Sport, Dietă & Vedete</i>, Editura Litera, București. Stoica Alina, (2004), <i>Gimnastică aerobă, Fundamente teoretice și practico-metodice</i>, Editura Brend, București. Vladu, L., Marinescu, A., Amzăr, L., (2008), <i>Sănătate prin sport</i>, Editura Universității Craiova. Enache I-S. (2019), <i>Șah. Note de curs</i>, Editura Universității din Pitești, Pitești. http://fr.groups.yahoo.com/group/fan_sanatate_grup_pe_internet/message/283 http://www.plantelevietii.ro/greutate.html http://www.florentina.ro/index.php?cat_id=371			

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu cerințele actuale ale societății, cu nevoia studenților de compensare a muncii intelectuale intensive și mai ales de menținere a unei stări de sănătate optime. Considerăm că incluziunea studenților de piața muncii este condiționată și de capacitatea fizică de a depune efort, de capacitatea de socializare, de starea de sănătate bună, de adoptare a unui stil de viață sănătos, acestea fiind unele din efectele participării studenților la orele de educație fizică universitară.

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 Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF			
10.5 Seminar	- prezența și participarea activă la seminar, - gradul de încadrare în cerințele impuse; - gradul de însușire a competențelor - testare la evaluarea parțială.	Prezență și activitate la seminar Testare 1 Testare 2 Evaluare finală	30 30 30 10
10.6 Standard minim de performanță	Achiziționarea cel puțin a primelor 5 puncte componente ale competențelor profesionale precizate mai sus.		

Promovarea studenților scutiți medical (SM), se va face pe baza îndeplinirii cerințelor precizate în Procesul Verbal: prezența la oră în echipament sportiv, prezentare SM, scutit medical total sau parțial, activitate de șah sau gimnastică medicală (după caz); Evaluarea finală se va realiza după caz, prin competiții de șah sau prezentare orală a unui referat cu temă prestabilită de către cadrul didactic, cu trimitere specifică asupra activității de Educație Fizică și Sport.

La finalul semestrului procentajul se va transforma în calificativ ADMIS/RESPINS.

Data completării
20 septembrie 2022

Coordonator disciplină,

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Ștefănică Valentina

Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2022

Director de departament,
(prestator)
Conf. univ. dr. Liviu Mihăilescu

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

Director Centrul IFR
Conf. univ. dr. Mădălina Brutu

FIȘA DISCIPLINEI

Comerț internațional, 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
1.7	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					Comerț internațional					
2.2	Titularul activităților de curs (coordonator disciplină)					Conf. univ. dr. Flaviu Meghișan					
2.3	Titularul activităților de seminar					Conf. univ. dr. Flaviu Meghișan					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	A

3. Timpul total estimat

3.1	Medie ore pe săptămână	4	3.2	din care A.I.	2	3.3	SF / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care A.I.	28	3.6	SF / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								14
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								1
Examinări								1
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								-
3.7	Total ore studiu individual	44						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea elementelor de Economie, Geografie Economică și Marketing, discipline studiate în anul I
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	Materialul de studiu este realizat în tehnologia ID/IFR
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.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
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea conceptului actual de „comerț internațional” precum și a tendințele referitoare la teoria și practica acestui domeniu. Identificarea problemelor actuale 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. <u>Obiective atitudinale</u> 1. Respectarea normelor de deontologie profesională (a codului deontologic), fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în comerț internațional; 2. Cooperarea în echipe de lucru pentru eficientizarea activității de comerț internațional; 3. Evitarea anumitor erori în activitatea de comerț internațional; 4. Urmărirea corectă a etapelor derulării tranzacțiilor internaționale.
----------------------------	---

8. Conținuturi

8.1. Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
Tema nr. 1 - Comerțul internațional, vehicul esențial al economiei internaționale			Studiul individual	Suportul de curs proiectat în tehnologia ID/IFR disponibil studenților pe platforma de e-learning instituțională
U1.1.	Considerații generale	1		
U1.2.	Domeniul de studiu al disciplinei Comerț internațional	1		
U1.3.	Inovațiile, schimbările tehnologice și globalizarea, determinanți ai dezvoltării comerțului	1		
U1.4.	Structura schimburilor internaționale	2		
U1.5.	Organizația Internațională a Comerțului	1		
U1.6.	Provocările dezvoltării durabile și mizele unei lumi durabile	1		
Tema nr. 2 Diacronia teoriilor privind comerțul internațional				
U2.1.	Teoria avantajului absolut	1		
U2.2.	Teoria avantajului comparativ	1		
U2.3.	Resursele și comerțul	1		
U2.4.	Factorii specifici și distribuția veniturilor	1		
U2.5.	Modelul standard al comerțului	1		
U2.6.	Avantajul competitiv	1		
Tema nr. 3 - Economia internațională, sistem al relațiilor economice internaționale		3		
Tema nr. 4 - Politica comercială. Dezbaterea comerț liber versus protecționism				
U4.1.	Definiție, tipologie, instrumente	1		
U4.2.	Politica tarifară	1		
U4.3.	Politica netarifară	1		

U4.4.	Formalități vamale și administrative la import	1	
U4.5.	Politici de promovare și de stimulare a exportului	1	
U4.6.	Comerț liber versus protectionism	1	
Tema nr. 5 - Abordări strategice ale internaționalizării. Companiile Multinaționale și Comerțul Internațional		3	
Tema nr. 6 - Comerțul Internațional, actor de prim rang în distribuția „PIB și Balanța de Plăți a unei țări”		3	

Bibliografie

1. Burciu Aurel (coordonator) - „*Tranzacții comerciale internaționale*”, Editura Polirom, Iași, 2010
2. Canton James - „*Provocările viitorului*”, Editura Polirom, Iași, 2010
3. Carroué Laurent, Collet Didier - „*La mondialisation contemporaine. Rapports de force et enjeux*”, Éditions Bréal, 2013
4. Fota Constantin - „*Comerț internațional și politici comerciale internaționale*”, Editura Universitaria, Craiova, 2002
5. Friedman George - „*Următorul deceniu. De unde venim...și încotro ne îndreptăm*”, Editura Litera, București, 2011
6. Friedman Milton, Friedman Rose - „*Libertatea de a alege. O declarație personală*”, Editura Publica, București, 2009
7. Gueutin Claire-Agnès - „*L'essentiel de l'économie internationale*”, Ellipses, France, 2013
8. Krugman Paul - „*End This depression, Now !*”, Ed. Melrose Road Partners, 2012
9. Krugman Paul - „*Întoarcerea Economiei Declinului și criza din 2008*”, Editura Publica, București, 2009
10. Krugman Paul, Maurice Obsfeld, Marc Melitz, 9-e édition - „*Économie internationale*”, Pearson Education France, 2012
11. Meghișan Flaviu - *Comerț internațional*, Editura Sitech, Craiova, noiembrie 2014
12. Meghișan Flaviu – *Comerț internațional. Teorie, teste grilă, aplicații și studii de caz – manual universitar pentru IFR*, Editura Sitech, Craiova, 2017.
13. Meghișan Flaviu – *Comerț internațional – manual universitar pentru IFR*, (suport electronic), Pitești, 2022.
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		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1.	Comerț internațional și marketing internațional în firma dvs.	3	Dialogul; conversația euristică; dezbateri	În cadrul acestei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării Referatul, fișa didactică ▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet - Platforma ZOOM
2.	Avantajul concurențial al firmei internaționale.	4		
3.	Opțiuni strategice ale multinaționalelor.	4		
4.	Comerț liber sau protecționism? Regionalizare versus globalizare.	4		
5.	Investițiile străine directe și multinaționalele.	4		
6.	Producția și schimbul la cei trei poli.	3		
7.	Administrarea operațiunilor de comerț internațional.	4		
8.	Evaluare finală	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*, Editura Sitech, Craiova, 2017.
7. Meghișan Flaviu – *Comerț internațional – manual universitar pentru IFR*, (suport electronic), Pitești, 2022.
8. Roubini Nouriel, Mihm Stephen - „*Economia crizelor. Curs – fulger despre viitorul finanțelor*”, Editura Publica,

București, 2010

9. Starobin Paul - „*Sfârșitul secolului american și noile puteri mondiale*”, Editura Litera, București, 201110. 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 reprezentativi din domeniul aferent programului**

1. Evitarea anumitor erori în activitatea de comerț internațional
2. Urmărirea corectă a etapelor derulării tranzacțiilor internaționale
3. Competențele procedurale și atitudinale ce vor fi însușite la nivelul disciplinei, vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniul vizat

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 Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală	30 %
10.5 Seminar față în față	• 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, referatelor • Evaluare periodică • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Evaluare periodică • Evaluarea temelor de casă	20% 20% 30%
10.6 Standard minim de performanță	- Cunoașterea principalelor concepte specifice comerțului internațional		

Data completării
20 septembrie 2022

Coordonator disciplină,,
Conf. univ. dr. Flaviu MEGHIȘAN

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

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

Director Centru IFR
Conf. univ. dr. Brutu Mădălina

FIȘA DISCIPLINEI

Comerț electronic, 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
1.7	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					Comerț electronic					
2.2	Titularul activităților de curs (coordonator disciplină)										
2.3	Titularul activităților de seminar										
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	A

3. Timpul total estimat

3.1	Medie ore pe săptămână	4	3.2	din care A.I.	2	3.3	SF / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care A.I.	28	3.6	SF / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								14
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								1
Examinări								1
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								-
3.7	Total ore studiu individual	44						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea elementelor de Economie și Marketing
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Materialul de studiu este realizat în tehnologia ID/IFR
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.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
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea conceptului actual de „comerț electronic” precum și a tendințele referitoare la teoria și practica acestui domeniu. Identificarea problemelor actuale din sfera relațiilor economice.
7.2. Obiectivele specifice	A. <u>Obiective cognitive</u> - Familiarizarea cursanților cu terminologia, precum și cu fenomenele și procesele economice specifice comerțului electronic; - 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 electronic în cadrul economiei internaționale; - Familiarizarea cu mecanismul derulării unei tranzacții electronice; - Planificarea judicioasă, organizarea și controlul diferitelor operațiuni de comerț electronic; - Eficientizarea tranzacțiilor comerciale electronice. C. <u>Obiective atitudinale</u> 1. Respectarea normelor de deontologie profesională (a codului deontologic), fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în comerț electronic; 2. Cooperarea în echipe de lucru pentru eficientizarea activității de comerț electronic; 3. Evitarea anumitor erori în activitatea de comerț electronic; 4. Urmărirea corectă a etapelor derulării tranzacțiilor electronice.

8. Conținuturi

8.1. Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
U1	Comerțul electronic - concept și particularități	2	Studiu individual	Suportul de curs proiectat în tehnologia ID/IFR disponibil studenților pe platforma de e-learning instituțională
U2	Evoluții ale comerțului electronic contemporan	2		
U3	Adaptarea comerțului la economia digitală.	3		
U4	Cum să construiești afaceri profitabile printr-un marketing de clasă mondială	3		
U5	Poziționarea comerțului ca factor determinant în economia digitală.	3		
U6	Cum să ne adaptăm la noua eră a comerțului electronic	3		
U7	Profituri și creștere prin înnoirea pieței	3		
U8	Proiectarea activităților de comerț electronic	3		
U9	Crearea platformelor competitive	3		
U10	Controlul și evaluarea rezultatelor în comerțul electronic	3		

Bibliografie

1. Philip Kotler, Dipak Jain, Suvit Maesincee - „Marketingul în era digitală. O nouă viziune despre profit, creștere și înnoire”, Editura Meteor Press, București, 2009
2. Philip Kotler - „Kotler despre marketing. Cum să creăm, cum să câștigăm și cum să dominăm piețele”, Editura Brandbuilders, București, 2003
3. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan - „Marketing 3.0. De la produs la consumator și la spiritul uman”, Editura Publica București, 2010
4. Samuel Mercier - „L'éthique dans les entreprises”, Troisième Edition, Collection Repères, Éditions La Découverte, Paris, 2014
5. B. Joseph Pine II, James H. Gilmore - „Economia Experienței. Orice afacere e o scenă și tot ceea ce faci e un spectacol”, Editura Publica, București, 2010
6. James Canton - „Provocările viitorului. Principalele tendințe care vor reconfigura lumea în următorii 5, 10, 20 de ani”, Editura Polirom, Iași, 2010
7. Paul R. Gamble, Alan Tapp, Anthony Marsella, Merlin Stone - „Revoluția în marketing. O abordare radicală pentru o afacere de succes”, Editura Polirom, Iași, 2008
8. Michael E. Gordon - „Antreprenoriatul”, Colecția Capital, Editura Curtea Veche Publishing, București, 2012

9. Dan Hill - „ <i>Emotionomics. Cum să câștigi inimile și mințile oamenilor</i> ”, Editura Publica, București, 2010					
10. Flaviu Meghișan - „ <i>Consumatorul. De la teorie la practică</i> ”, Editura Universitaria, Craiova, 2010					
8.2. Aplicații: Seminar			Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1.	Impactul mediului asupra comerțului. Mediul cultural internațional, mediul politic internațional, mediul legislativ internațional vs. Mediul național	2	Dialogul; conversația euristică; dezbateri	În cadrul acestei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării Referatul, fișa didactică - Platforma e-learning - Conexiune internet Platforma ZOOM	
2.	Dezvoltarea conștiinței globale și demersul către un comerț de clasă mondială	4			
3.	Formularea unei strategii de înnoire a pieței	4			
4.	Comunicarea comercială integrată și publicitatea internațională	4			
5.	Conceperea unei oferte atrăgătoare	4			
6.	Proiectarea arhitecturii afacerii	2			
7.	Crearea infrastructurii și a capacităților de afaceri	4			
8.	Proiectarea sistemelor operaționale	2			
9.	Evaluare finală	2			
Bibliografie:					
1. Philip Kotler, Dipak Jain, Suvit Maesincee - „ <i>Marketingul în era digitală. O nouă viziune despre profit, creștere și înnoire</i> ”, Editura Meteor Press, București, 2009					
2. Philip Kotler - „ <i>Kotler despre marketing. Cum să creăm, cum să câștigăm și cum să dominăm piețele</i> ”, Editura Brandbuilders, București, 2003					
3. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan - „ <i>Marketing 3.0. De la produs la consumator și la spiritul uman</i> ”, Editura Publica București, 2010					
4. George A. Akerlof, Robert J. Shiller - „ <i>Spirite animale. Despre felul în care psihologia umană influențează economia și ce înseamnă asta pentru capitalismul global</i> ”, Editura Publica, București, 2010					
5. Dan Ariely - „ <i>Irațional în mod previzibil: forțele ascunse care ne influențează deciziile</i> ”, Editura Publica București, 2010					
6. James Canton - „ <i>Provocările viitorului. Principalele tendințe care vor reconfigura lumea în următorii 5, 10, 20 de ani</i> ”, Editura Polirom, Iași, 2010					
7. Martin Lindstrom - „ <i>Buyology</i> ”, Editura Publica, București, 2011					
8. Flaviu Meghișan - „ <i>Strategii concurențiale de marketing</i> ”. Editura Universitaria. Craiova. 2007					

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

1.	corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și teoriilor specifice mediului de afaceri însușite la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților comunității epistemice/academice din domeniul științelor economice;
2.	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 Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală	30 %
10.5 Seminar față în față	• Activitate seminar și prezentă - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul	• Expunerea liberă a studentului și	20%

	didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar, referatelor	chestionare orală sub formă de dialog.	
	• Evaluare periodică • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Evaluare periodică • Evaluarea temelor de casă	20% 30%
10.6 Standard minim de performanță	- Cunoașterea principalelor concepte specifice comerțului electronic		

Data completării
15 septembrie 2022

Coordonator disciplină,

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

Director Centru IFR
Conf. univ. dr. Brutu Mădălina

FIȘA DISCIPLINEI

Marketing 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
1.7	Forma de învățământ	IFR

1. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					Marketing în comerț, turism și servicii					
2.2	Titularul activităților de curs (coordonator disciplină)										
2.3	Titularul activităților de seminar										
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	A

2. Timpul total estimat

3.1	Medie ore pe săptămână	4	3.2	din care A.I.	2	3.3	SF / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care A.I.	28	3.6	SF / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								14
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								1
Examinări								1
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								-
3.7	Total ore studiu individual			44				
3.8	Total ore pe semestru			100				
3.9	Număr de credite			4				

3. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea elementelor de Economie și Marketing
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

4. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Materialul de studiu este realizat în tehnologia ID/IFR
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.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
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Dobândirea cunoștințelor privind conceptele de bază din domeniul marketingului în comerț, turism și servicii
7.2. Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> Dobândirea cunoștințelor referitor la: - procesul de planificare strategică în marketingul aplicat în comerț, turism și servicii, - procesul de selecție a piețelor în comerț, turism și servicii, - strategii de pătrundere pe piețele-țintă în comerț, turism și servicii; - strategii competitive și comportament concurențial în comerț, turism și servicii; - strategiile mix-ului de marketing în comerț, turism și servicii, - elaborarea și implementarea programului de marketing în comerț, turism și servicii. <u>B. Obiective procedurale</u> Aplicarea conceptelor și teoriilor de marketing în comerț, turism și servicii; Măsurarea și scalarea fenomenelor de marketing în comerț, turism și servicii; Proiectarea și desfășurarea programului de marketing în comerț, turism și servicii; <u>C. Obiective atitudinale</u> Respectarea normelor de deontologie ale profesiilor aferente domeniului marketing; Comunicare și colaborare în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor sarcini de serviciu.

8. Conținuturi

8.1. Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
U1	Bunuri materiale și servicii – analiză comparativă. Civilizația și calitatea serviciilor	2	▪ Studiu individual	Suportul de curs proiectat în tehnologia ID/IFR disponibil studenților pe platforma de e-learning instituțională
U2	Marketingul actual, ca mod de gestionare a unor relații profunde cu clienții. Marketingul holistic al serviciilor	2		
U3	Planificarea și strategia de marketing, pentru edificarea relațiilor cu clienții. Strategii pentru produs, preț, serviciu și promovarea mărcii.	3		
U4	Strategii pentru dezvoltarea noilor produse prin prisma ciclului de viață	3		
U5	Maximizarea potențialului de marketing al firmelor de servicii. Identificarea oportunităților de piață și elaborarea ofertelor de valoare pentru piețe țintă.	3		
U6	Segmentare, țintire și poziționare pentru crearea relațiilor potrivite cu clienții potriviți	3		
U7	Canalele de marketing și managementul lanțului ofertei în comerț, turism și servicii	3		
U8	Comunicațiile de marketing integrate în comerț, turism și servicii	3		
U9	Managementul informațiilor de marketing. Scopul? Obținerea, retenția și creșterea cumpărătorilor	3		
U10	Inițiative ale firmelor în direcția unui marketing responsabil social	3		

Bibliografie

1. Philip Kotler - „Kotler despre marketing. Cum să creăm, cum să câștigăm și cum să dominăm piețele”, Editura Brandbuilders, București, 2003
2. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan - „Marketing 3.0. De la produs la consumator și la spiritul uman”, Editura Publica București, 2010
3. Philip Kotler, Gary Armstrong - „Principiile marketingului”, Ediția a-III-a, Editura Teora, București, 2004
4. Peter Fisk - „Geniu în marketing”, Editura Meteor Press, București, 2008
5. Sorina Gîrboveanu, Liviu Crăciun, Flaviu Meghișan, Cătălin Barbu - „Marketing în Comerț, Turism și Servicii”, Editura Universității din Pitești, 2009
6. Flaviu Meghișan - „Economie Comercială”, Editura Universitaria Craiova și ProUniversitaria București, 2013
7. Flaviu Meghișan - „Strategii concurențiale de marketing”, Editura Universitaria, Craiova, 2007
8. Flaviu Meghișan - „etică în afaceri”, Editura Sitech, Craiova, 2016
9. Flaviu Meghișan - „Consumatorul. De la teorie la practică”, Editura Universitaria, Craiova, 2010

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1.	Comportamentul consumatorului de servicii	4	Dialogul; conversația euristică; dezbateri	În cadrul acestei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării Referatul, fișa didactică ▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet -Platforma ZOOM
2.	Reacții ale firmei la evoluția mediului de marketing	4		
3.	Particularități ale mixul de marketing în comerț, turism și servicii	4		
4.	Harta serviciului – instrument de conducere a procesului de prestație	2		
5.	Marketingul intern – premisă a excelenței în firmele de servicii	4		
6.	Coordonate ale calității în sectorul serviciilor	2		
7.	Previzionarea cererii viitoare în comerț, turism și servicii	4		
8.	Evaluarea și controlul performanței în marketing	2		
9.	Evaluare finală	2		

Bibliografie:

1. Daniele Trevisani - „*Psihologia marketingului și a comunicării*”, Editura Irecson, București, 2007
2. Michael Solomon, Elisabeth Tissier – Desbordes, Benoît Heilbrunn - „*Comportement du consommateur*”, 6e édition, Pearson Education Inc./Prentice Hall, 2005
3. B. Joseph Pine II, James H. Gilmore - „*Economia Experienței. Orice afacere e o scenă și tot ceea ce faci e un spectacol*”, Editura Publica, București, 2010
4. Leonard Mlodinow - „*Subliminal. Cum ne determină inconștientul comportamentul*”, Editura Humanitas, București, 2013
5. Sorina Gîrboveanu, Liviu Crăciun, Flaviu Meghișan, Cătălin Barbu - „*Marketing în Comerț, Turism și Servicii*”, Editura Universității din Pitești, 2009
6. Flaviu Meghișan - „*Strategii concurențiale de marketing*”, Editura Universitaria, Craiova, 2007
7. Flaviu Meghișan - „*Etică în afaceri*”, Editura Sitech, Craiova, 2016
8. Flaviu Meghișan - „*Strategii concurențiale de marketing*”, Editura Universitaria, Craiova, 2007

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

1. corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și teoriilor specifice mediului de afaceri însușite la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților comunității epistemice/academice din domeniul științelor economice; 2. 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 Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală	30 %
10.5 Seminar față în față	• 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, referatelor • Evaluare periodică	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Evaluare periodică	20% 20%

	• Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Evaluarea temelor de casă	30%
10.6 Standard minim de performanță	- Cunoașterea principalelor concepte specifice marketingului și a particularităților în comerț, turism și servicii		

Data completării
15 septembrie 2022

Coordonator disciplină,

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

Director Centru IFR
Conf. univ. dr. Brutu Mădălina

FIȘA DISCIPLINEI
Etică și integritate academică, 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
1.7	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Etică și integritate academică					
2.2	Titularul activităților de curs (coordonator disciplină)										
2.3	Titularul activităților de seminar										
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	A

3. Timpul total estimat

3.1	Medie ore pe săptămână	2	3.2	din care A.I.	1	3.3	SF / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	28	3.5	din care A.I.	14	3.6	SF / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								8
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								8
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								4
Tutorat								1
Examinări								1
Alte activități (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								-
3.7	Total ore studiu individual	22						
3.8	Total ore pe semestru	50						
3.9	Număr de credite	2						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Materialul de studiu este realizat în tehnologia ID/IFR
5.2	De desfășurare a seminarului	- Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	
Competențe transversale	- CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă – 1 PC; - 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 importanței cursului în mediul universitar și însușirea caracteristicilor specifice eticii și integrității academice în perspectiva dezvoltării unei cariere profesionale
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> ▪ Explicarea, interpretarea și utilizarea adecvată a diferitelor concepte privind etica și integritatea academică ▪ Cunoașterea de către studenți a problematicii eticii și integrității academice în cercetarea științifică și diseminarea rezultatelor activității lor profesionale <u>B. Obiective procedurale</u> ▪ Formarea deprinderilor de utilizare a metodelor și tehnicilor de evaluare a fenomenului integrității în mediul universitar ▪ Familiarizarea studenților cu metodologia și instrumentarul de lucru al sistemelor și mijloacelor de asigurare a eticii și integrității academice <u>C. Obiective atitudinale</u> ▪ Capacitatea de a lucra în echipă în demersurile de cercetare științifică, în condiții

	de etică și integritate academică ▪ Cultivarea unor atitudini constructive în contextul eticii și integrității academice ▪ Încurajarea unui comportament moral la nivel de parteneriate
--	---

8. Conținuturi

8.1. Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
U1	Elemente introductive. Necesitate și realitate. Preocupări la nivel național și internațional.	1	▪ Studiu individual	Suportul de curs proiectat în tehnologia ID/IFR disponibil studenților pe platforma de e-learning instituțională
U2	Definirea noțiunilor și a conceptelor: morala, etica, integritatea și deontologia academică, corupția.	1		
U3	Fundamente și standarde de integritate în activitatea didactică și de cercetare în învățământul superior.	2		
U4	Munca în echipă: aspecte deontologice, rezultate, diseminare, relativitate/ambiguitate.	2		
U5	Redactarea unei lucrări științifice.	2		
U6	Plagiatul și autoplagiatul: definire, forme.	2		
U7	Soft-uri dedicate de verificare a lucrărilor științifice: limitări, avantaje.	2		
U8	Evaluare periodică	2		
Bibliografie - Boyd, W.E., Healey, R.L., Hardwick, S.W., Haigh, M., Klein, P., Doran, B., Trafford, J., Bradbeer, J. 2008. None of Us Sets Out To Hurt People': The Ethical Geographer and Geography Curricula in Higher Education, <i>Journal of Geography in Higher Education</i>, Vol. 32, No. 1, 37-50. DOI: 10.1080/03098260701731462 - Cargill, M., O'Connor, P. 2013. Writing Scientific Research Articles: Strategy and Steps, John Wiley & Sons, 240 pp. - Chelcea, S. 2003. Metodologia elaborării unei lucrări științifice, Edit. Comunicare, București, 287 pp. - Jordan, S.R. 2013. Conceptual Clarification and the Task of Improving Research on Academic Ethics, <i>J Acad Ethics</i>, 11:243-256. DOI 10.1007/s10805-013-9190-y - Marsh, B. 2012. Plagiarism: Alchemy and Remedy in Higher Education, SUNY Press, 188 pp. - Meghișan F. – <i>Etica și integritate academică – suport de curs pentru învățământul cu frecvență redusă</i> (format electronic), 2022 - Papadima, L. (coord.) 2017. Deontologie academică, Curriculum-cadru, Universitatea din București, 82 pp. - Șarpe, D., Popescu, D., Neagu, A., Ciucur, V. 2011. Standarde de integritate în învățământul universitar, Unitatea Executivă pentru Finanțarea Învățământului Superior, a Cercetării, Dezvoltării și Inovării. - Șercan, E. 2017. Deontologie academică. Ghid practic, Editura Universității din București, 61 pp. - Wendy Sutherland-Smith, W. 2008. Plagiarism, the Internet, and Student Learning: Improving Academic Integrity, Routledge, 240 pp. - Whidby, M.A. 2012. Citation handling: processing citation texts in scientific documents, Thesis, ProQuest LLC, 64 pp. - Legea educației naționale nr. 1/2011. http://www.dreptonline.ro/legislatie/legea_educatiei_nationale_lege_1_2011.php - Legea nr. 206/2004 privind buna conduită în cercetarea științifică, dezvoltarea tehnologică și inovare. https://lege5.ro/Gratuit/gu3donrv/legea-nr-206-2004-privind-buna-conduita-in-cercetarea-stiintifica-dezvoltarea-tehnologica-si-inovare - Legea nr. 398/2006 pentru modificarea și completarea Legii nr. 206/2004 privind buna conduită în cercetarea științifică, dezvoltarea tehnologică și inovare. https://lege5.ro/Gratuit/geydamjrqq/legea-nr-398-2006-pentru-modificarea-si-completarea-legii-nr-206-2004-privind-buna-conduita-in-cercetarea-stiintifica-dezvoltarea-tehnologica-si-inovare - Legea nr. 319/2003 privind Statutul personalului de cercetare-dezvoltare. http://www.cdep.ro/pls/legis/legis_pck.http_act_text?id=49472 - Ordinul nr. 211/2017 privind aprobarea Regulamentului de organizare și funcționare a Consiliului Național de Etică a Cercetării Științifice, Dezvoltării Tehnologice și Inovării, precum și a componenței nominale a acestuia. https://lege5.ro/Gratuit/ge2tqmrthe3a/ordinul-nr-211-2017-privind-aprobarea-regulamentului-de-organizare-si-functionare-al-consiliului-national-de-etica-a-cercetarii-stiintifice-dezvoltarii-tehnologice-si-inovarii-precum-si-a-componentei- - Ordinul nr. 6085/2016 privind constituirea Consiliului de etică și management universitar și aprobarea Regulamentului de organizare și funcționare a Consiliului de etică și management universitar. https://lege5.ro/Gratuit/geztqzsguya/ordinul-nr-6085-2016-privind-constituirea-consiliului-de-etica-si-management-universitar-si-aprobarea-regulamentului-de-organizare-si-functionare-a-consiliului-de-etica-si-management-universitar				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor și a proiectului	2	- dialogul - dezbateri lucru în echipa - conversația	▪ Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de
2	Morala, etica, integritatea și deontologia academică.	2		
3	Corupția (mita) în mediul universitar.	2		

4	Redactarea unor materiale științifice: lucrări de licență, dizertație, doctorat, articole științifice. Norme.	2	euristică	verificare Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet Platforma ZOOM
5	Cum lucrăm în echipă: documentare, rezultate, diseminare.	2		
6	Plagiatul și autoplagiatul.	2		
7	Cum se utilizează soft-urile dedicate de verificare a lucrărilor științifice?	2		

Bibliografie

1. Jordan, S.R. 2013. Conceptual Clarification and the Task of Improving Research on Academic Ethics, *J Acad Ethics*, 11:243-256. [DOI 10.1007/s10805-013-9190-y](https://doi.org/10.1007/s10805-013-9190-y)
2. Marsh, B. 2012. Plagiarism: Alchemy and Remedy in Higher Education, SUNY Press, 188 pp.
3. Meghișan F. – *Etica și integritate academică – suport de curs pentru învățământul cu frecvență redusă* (format electronic), 2022
4. Papadima, L. (coord.) 2017. Deontologie academică, Curriculum-cadru, Universitatea din București, 82 pp.
5. Șarpe, D., Popescu, D., Neagu, A., Ciucur, V. 2011. Standarde de integritate în învățământul universitar, Unitatea Executivă pentru Finanțarea Învățământului Superior, a Cercetării, Dezvoltării și Inovării.
6. Șercan, E. 2017. Deontologie academică. Ghid practic, Editura Universității din București, 61 pp.

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare scrisă în timpul semestrului; - Evaluare finală.	20 % 30%
10.5 Seminar față în față	-prezență și participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă.	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog. - Prezentarea orală a temei de casă; -Chestionare orală.	20% 30%
10.6 Standard minim de performanță	1. Înțelegerea sistemului de referințe cu care operează disciplina 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei 3. Dezvoltarea limbajului specific domeniului eticii academice		

Data completării
15 septembrie 2022

Coordonator disciplină,

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

Director Centru IFR
Conf. univ. dr. Brutu Mădălina

FIȘA DISCIPLINEI
Etică în afaceri, 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
1.7.	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Etică în afaceri					
2.2	Titularul activităților de curs (coordonator disciplină)										
2.3	Titularul activităților de seminar										
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	A

3. Timpul total estimat

3.1	Medie ore pe săptămână	2	3.2	din care A.I.	1	3.3	SF / L / P	1
3.4	Total ore din planul de inv.	28	3.5	din care A.I.	14	3.6	SF/ L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								8
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								8
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								4
Tutorat								1
Examinări								1
Alte activități (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								-
3.7	Total ore studiu individual	22						
3.8	Total ore pe semestru	50						
3.9	Număr de credite	2						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de management, economie
4.2	De competențe	Capacitate de analiză, gândire sintetică, gândire creativă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Materialul de studiu este realizat în tehnologia ID/IFR
5.2	De desfășurare a seminarului	- Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	
Competențe transversale	- CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă – 1 PC; - 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	Înșușirea de către studenți a principalelor fundamente teoretice ale eticii în afaceri
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte ale eticii de bază, a principalelor teorii și orientări etice, a naturii, a funcțiilor și a formelor eticii, a componentelor eticii și a caracteristicilor fiecăreia; 2. Operarea cu conceptele fundamentale ale eticii aplicate; 3. Explicarea și interpretarea diferitelor concepte și teorii ale eticii aplicate; 4. Definirea corectă a obiectului de studiu al eticii în afaceri și stabilirea relațiilor pe care etica le are cu alte științe; <u>B. Obiective procedurale</u> 1. Capacitatea de a realiza analiza și interpretarea realităților din firme; 2. Capacitatea de exercitare cu eficacitate și eficiență a funcțiilor managementului; 3. Capacitatea de a recunoaște și stabili un ansamblu de norme morale și valori comune pentru domeniul afacerilor în vederea proiectării unui comportament etic, ca

	răspuns la solicitările mediului concurențial 4. Capacitatea de cunoaștere, apreciere și valorizare a principalelor puncte de vedere privind etica în domeniul afacerilor precum și a relațiilor interculturale C. Obiective atitudinale 1. Reacția pozitivă la sugestii, cerințe, sarcini didactice, satisfacția de a răspunde la întrebările partenerilor de afaceri; 2. Implicarea în activități științifice în legătură cu disciplina Etică în afaceri; 3. Capacitatea de a avea un comportament etic în fața colegilor, partenerilor de afaceri, angajaților; 4. Capacitatea de a aprecia diversitatea și multiculturalitatea; 5. Abilitatea de a colabora cu specialiști din alte domenii.
--	---

8. Conținuturi

8.1. Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
U1	Tema I – ECONOMIA DE PIAȚĂ ȘI VALORILE ETICE 1.1. Evoluția eticii ca ramura a filozofiei 1.2. Metaetica și etica normativă 1.3. Pozitivism economic și umanism economic: de la modelul shareholderilor la teoria factorilor interesați	2	Studiu individual	Suportul de curs proiectat în tehnologia ID/IFR disponibil studenților pe platforma de e-learning instituțională
U2	Tema II – ETICA APLICATĂ. ETICA PROFESIONALĂ 2.1. Etica relațiilor de muncă 2.2. Etica și acționariat. Etica piețelor financiare 2.3. Etica în marketing 2.4. Etica afacerilor internaționale	2		
U3	Tema III – INTERESUL RAȚIONAL. AFACERILE ÎN PERSPECTIVĂ MICROECONOMICĂ 3.1. Ce nu este o afacere 3.2. Ce este o afacere 3.3. Afacerile în perspectivă microeconomică 3.4. Interesul rațional	2		
U4	Tema IV- COMPETIȚIE ȘI COOPERARE 4.1. Egoismul îngust 4.2. Dileme sociale și teoria jocurilor strategice 4.3. Natura cooperantă a afacerilor	2		
U5	Tema VI – RESPONSABILITATEA SOCIALĂ. AFACERILE ÎN PERSPECTIVĂ MACROSOCIALĂ 6.1. O perspectivă contractualistă asupra afacerilor 6.2. Ce este o corporație ? 6.3. Responsabilitatea socială a corporațiilor 6.4. Teoria participativă a firmei 6.5. Răspunderea corporațiilor	2		
U6	Tema VII – AFACERI ȘI CONSUMATORI ȘI PRACTICA ETICII 7.1. Consumatorii – stăpâni sau victime ? 7.2. Probleme etice în politica de marketing 7.3. Probleme etice în strategia de marketing 7.4. Responsabilitatea etică a consumatorilor 7.5. Probleme de ordin etic în management (mita, constrângerea, înșelăciunea, furtul, discriminările) 7.6. Etica în publicitate 7.7. Concurența și etica 7.8. Codurile etice ale organizației	2		
U7	Evaluare periodică	2		
Bibliografie - Dragoș Bigu, 2014, Etica în afaceri. Structuri conceptuale și aplicații, Editura A.S.E - Dascălu Nicoleta, Etica în afaceri – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă (suport electronic), 2022 - Laura Potincu, Cristian Potincu, 2014, Etica în afaceri și responsabilitate socială corporatistă, Editura C.H.Beck - Popa M., Salanță, I., I., Scorțar, L., Isopescu, A., G. Etica în afaceri. Sinteze și studii de caz, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2011.				
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 - dezbatere - lucru în echipa	Prezentarea în power –point Articole disponibile online Studii de caz Ghid proiect
2	Identificarea rolului Eticii în societate românească. Problemele centrale ale moralei, cu influență în domeniul afacerilor?	2		
3	Problemele centrale ale moralei, cu influență în domeniul	2		

	afacerilor?		▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet Platforma ZOOM
4	Ce înseamnă a avea un comportament etic în afaceri? Discuții privind principiile etice universale. Precizarea unui cumul de reguli morale	2	
5	Descrierea comportamentului etic în afaceri și precizarea principalelor modalități de promovare a acestuia. Stabilirea principalelor consecințe ale unui comportament contrar Eticii?	2	
6	Elaborarea unui proiect în care să fie evidențiate principalele avantaje/dezavantaje ale codurilor de etică?	2	
7	Afaceri și acționar. Afaceri și angajați	2	
Bibliografie 1. Dragoș Bigu, 2014, Etica în afaceri. Structuri conceptuale si aplicatii,Editura A.S.E 2. Dascălu Nicoleta, Etica în afaceri – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă (suport electronic), 2022 3. Popa M., Salanță, I., I., Scorțar, L., Isopescu, A., G. Etica în afaceri. Sinteze și studii de caz, Editura Risoprint, Cluj-Napoca. 2011.			

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare finală.	30 %
10.5 Seminar față în față	- prezență și participarea activă la seminar, implicarea în rezolvarea studiilor de caz;	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog.	30%
	- corectitudinea utilizării terminologiei juridice; - coerența logică a prezentării; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Prezentarea liberă a proiectului; - Chestionare orală sub formă de dialog.	40%
10.6 Standard minim de performanță	■ Cunoașterea și dobândirea capacității de utilizare a conceptelor, metodelor și procedurilor specifice <i>Eticii</i> . ■ Stabilirea unui sistem de valori comune pentru domeniul afacerilor. ■ Însușirea problemelor centrale ale moralei, cu influență majoră pentru domeniul afacerilor.		

Data completării
15 septembrie 2022

Coordonator disciplină,

Titular de seminar,

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

Director Centru IFR
Conf. univ. dr. Brutu Mădălina

FIȘA DISCIPLINEI

Dezvoltare locală și regională, 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
1.7	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2.1. Date despre disciplina												
2.1	Denumirea disciplinei					Dezvoltare locală și regională						
2.2	Titularul activităților de curs (coordonator disciplină)					Lect. univ. dr. Loredana Tuță						
2.3	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Loredana Tuță						
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	A	

3. Timpul total estimat

3.1	Medie ore pe săptămână	2	3.2	din care A.I.	1	3.3	SF / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	28	3.5	din care A.I.	14	3.6	SF / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								8
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								8
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								4
Tutorat								1
Examinări								1
Alte activități (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								-
3.7	Total ore studiu individual	22						
3.8	Total ore pe semestru	50						
3.9	Număr de credite	2						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de economie, management (studiate în liceu)
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Materialul de studiu este realizat în tehnologia ID/IFR
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	
Competențe transversale	- CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă – 1 PC; - 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	Dezvoltarea capacităților și abilităților cursanților de a promova și implementa politicile de dezvoltare locală și regională și de a analiza evoluțiile economice și sociale la nivelul regiunilor de dezvoltare din România.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Cunoașterea și înțelegerea conceptelor de dezvoltare regională și dezvoltare locală 2. Folosirea indicatorilor concentrării și repartiției regionale. 3. Cunoașterea mecanismului de planificare regională 4. Dezvoltarea abilităților de gândire în evaluarea unor situații legate de diminuarea disparităților regionale.

	5. Definirea corectă a obiectului de studiu al disciplinei „Dezvoltare locală și regională” și stabilirea relațiilor pe care aceasta le are cu alte științe economice. B. Obiective procedurale 1. Analiza impactului politicilor europene asupra economiilor regionale și contribuția acestora la realizarea obiectivelor strategice. 2. Evaluarea din punct de vedere cantitativ și calitativ a aspectelor reliefate de elaborarea și aplicarea planurilor strategice și a celor de dezvoltare regională 3. Fundamentarea de programe și strategii de dezvoltare regională și locală 4. Folosirea teoriilor și instrumentelor pentru soluționarea problemelor ce vizează politicile de dezvoltare regională. C. Obiective atitudinale 1. Respectarea normelor de deontologie profesională (a codului deontologic al profesorului), fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice economistului. 2. Cooperarea în echipe de lucru pentru realizarea diferitelor lucrări sau proiecte. 3. Cultivarea și promovarea unui mediu științific centrat pe valori, etică și responsabilitate socială.
--	--

8. Conținuturi

8.1. Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
U1	Dezvoltarea locală și regională – abordări conceptuale	2	Studiul individual	Suportul de curs proiectat în tehnologia ID/IFR disponibil studenților pe platforma de e-learning instituțională
U2	Cadrul instituțional al politicii de dezvoltare regională în România	2		
U3	Politica de dezvoltare regională în Uniunea Europeană	2		
U4	Instrumente financiare pentru realizarea politicii regionale	3		
U5	Dezvoltarea regională în România	3		
U6	Strategii de dezvoltare locală (regională)	2		

Bibliografie

1. Antonescu Daniela, *Dezvoltarea regională. Teorie și practică*, Editura Lumen, Iași, 2019
2. Antonescu Daniela, *Dezvoltarea regională – tendințe, mecanisme instituții*, Editura Top Form, București, 2011
3. Constantin Daniela Luminița, *Economie regională. Teorii, modele, politici*, Editura ASE, București, 2010
4. Dona Ion, *Economie rurală*, Editura Economică, București, 2015
5. Ghizdeanu Ion, *Prognoză regională*, Editura Mustang, București, 2010
6. Hurjui Marcela Cristina, *Politica regională în cadrul UE*, Editura Pro Universitaria, București, 2015
7. Iuhas Valeriu, *Dezvoltarea economică regională*, Editura Emia, Deva, 2018
8. Mateoc-Sîrb Nicoleta, Mănescu Camelia, *Dezvoltarea rurală și organizarea teritoriului*, Editura Mirton, Timișoara, 2012
9. Mătușescu Constanța, Gila Claudia, *Puterile regionale și locale în Uniunea Europeană*, Editura Universul Juridic, București, 2011
10. Rogajanu Dumitru Cătălin, *Regionalizare și politici regionale*, Editura Lumen, Iași, 2014
11. Tuță Loredana, *Dezvoltare locală și regională – suport de curs pentru învățământul frecvență redusă* (pe suport electronic), 2022
12. Ungureanu George, Mateoc-Sîrb Nicoleta, *Dezvoltarea regională și rurală. Evoluții și tendințe*, Editura Mirton, Timișoara, 2010
13. <https://ec.europa.eu/eurostat>
14. <https://www.fonduri-structurale.ro>
15. <https://www.inforegio.ro>

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 temelor	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	Caracterizarea regiunilor de dezvoltare ale României	2		
3	Politica de dezvoltare regională în Uniunea Europeană	2		
4	Instrumente financiare pentru dezvoltarea regională	2		
5	Politica de dezvoltare regională în România	2		
6	Fundamentarea programelor de dezvoltare regională	2		
7	Evaluare finală	2		

Bibliografie

1. Antonescu Daniela, *Dezvoltarea regională. Teorie și practică*, Editura Lumen, Iași, 2019
2. Antonescu Daniela, *Dezvoltarea regională – tendințe, mecanisme instituții*, Editura Top Form, București, 2011
3. Constantin Daniela Luminița, *Economie regională. Teorii, modele, politici*, Editura ASE, București, 2010
4. Dona Ion, *Economie rurală*, Editura Economică, București, 2015
5. Ghizdeanu Ion, *Prognost regională*, Editura Mustang, București, 2010
6. Hurjui Marcela Cristina, *Politica regională în cadrul UE*, Editura Pro Universitaria, București, 2015
7. Iuhas Valeriu, *Dezvoltarea economică regională*, Editura Emia, Deva, 2018
8. Mătușescu Constanța, Gila Claudia, *Puterile regionale și locale în Uniunea Europeană*, Editura Universul Juridic, București, 2011
9. Rogajanu Dumitru Cătălin, *Regionalizare și politici regionale*, Editura Lumen, Iași, 2014
10. Tuță Loredana, *Dezvoltare locală și regională – suport de curs pentru învățământul frecvență redusă* (pe suport electronic), 2022
11. Ungureanu George, Mateoc-Sîrb Nicoleta, *Dezvoltarea regională și rurală. Evoluții și tendințe*, Editura Mirton, Timișoara, 2010
12. <https://ec.europa.eu/eurostat>
13. <https://www.fonduri-structurale.ro>
14. <https://www.inforegio.ro>

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluare finală - probă scrisă (2 ore)	30%
10.5 Seminar față în față	- 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.	Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog.	10%
	- Test de verificare	Testare	30%
	- Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	Prezentarea temei de casă. Chestionare orală.	30%
10.6 Standard minim de performanță	1. Cunoașterea conceptului și a principiilor dezvoltării regionale. 2. Cunoașterea regiunilor de dezvoltare și județele componente. 3. Cunoașterea principiilor fundamentale care stau la baza politicii de dezvoltare regională și locală.		

Data completării
21 septembrie 2022

Coordonator disciplină,
Lect. univ. dr. Loredana Tuță

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

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

Director Centru IFR
Conf. univ. dr. Brutu Mădălina

FIȘA DISCIPLINEI
Economie comercială
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
1.7.	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					Economie comercială					
2.2	Titularul activităților de curs (coordonator disciplină)					Conf. univ. dr. Flaviu Meghișan					
2.3	Titularul activităților de seminar					Conf. univ. dr. Flaviu Meghișan					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Medie ore pe săptămână	4	3.2	din care A.I.	2	3.3	SF / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care A.I.	28	3.6	SF / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studii 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								3
Examinări								3
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	Cunoașterea elementelor de Economie, Economia întreprinderii, Marketing, Fundamentarea științei mărfurilor – studiate în anul I sau în sem. 1 al anului II.
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Materialul de studiu este realizat în tehnologia ID/IFR
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 – 2 PC C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 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	Înțelegerea conceptului și a conținutului disciplinei „Economie Comercială”, precum și dezvoltarea abilităților și competențelor specifice utilizării a instrumentarului specific domeniului.
7.2. Obiectivele specifice	A. <u>Obiective cognitive</u> - Familiarizarea cursanților cu terminologia, precum și cu fenomenele și procesele economice specifice disciplinei Economie Comercială; - Dezvoltarea abilităților și competențelor specifice utilizării adecvate a instrumentarului specific domeniului „Economie Comercială”; - Dezvoltarea capacității de analiză și sinteză a fenomenelor și proceselor economice în ansamblu, analiza mediului de afaceri și mercantizarea optimă a spațiilor de vânzare. B. <u>Obiective procedurale</u> - Înțelegerea rolului comerțului în cadrul economiei naționale; - Înțelegerea și aplicarea principiilor economice privind adaptarea ofertei la particularitățile purtătorilor de cerere; - Optimizarea distribuției mărfurilor; - Localizarea și mercantizarea unui spațiu de vânzare; - Planificarea judicioasă, organizarea și controlul diferitelor operațiuni de comerț; - Eficientizarea tranzacțiilor comerciale. C. <u>Obiective atitudinale</u> - Respectarea normelor de deontologie profesională (a codului deontologic), fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în comerț; - Cooperarea în echipe de lucru pentru eficientizarea activității de comerț; - Evitarea anumitor erori în activitatea de comerț; - Urmărirea corectă a etapelor derulării tranzacțiilor comerciale.

8. Conținuturi

8.1. Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
U1	Comerțul și știința economică. Evoluția, locul și rolul comerțului în activitatea economică și socială.	3	▪ Studiu individual	Suportul de curs proiectat în tehnologia ID/IFR disponibil studenților pe platforma de e-learning instituțională
U2	Cererea și oferta de mărfuri	3		
U3	Prețul, factor de echilibru între cerere și ofertă	3		
U4	Distribuția mărfurilor	3		
U5	Organizarea activității de depozitare.	3		
U6	Atributele punctului de vânzare.	2		
U7	Tehnologia amenajării magazinului. Practica merchandising-ului	2		
U8	Comunicarea comercială.	3		
U9	Contingența dintre forța de vânzare și activitatea comercială.	3		
U10	Eficiența socială a activității comerciale. Responsabilitatea și etica corporativă.	3		

Bibliografie

1. Canton James - „Provocările viitorului”, Editura Polirom, Iași, 2010
2. Costandache Mihaela, Ionescu A., *Tehnici comerciale*, Editura Pro Universitaria, București, 2012
3. Criveanu Ion - „Economia Comerțului”, Editura Universitaria, Craiova, 2010
4. Drucker Peter - „Despre decizie și eficacitate”, Editura Meteor Press, București, 2007
5. Florian Gyula-Laszlo, *Creșterea competitivității firmelor prin raționalizarea vânzărilor*, Editura ASE, București, 2014
6. Friedman Milton, Friedman Rose - „Libertatea de a alege. O declarație personală”, Ed. Publica, București, 2009
7. Meghișan Flaviu - „Comportamentul consumatorului”, Editura Universității din Pitești, 2010

8. Meghișan Flaviu - „Economie Comercială” - suport de curs în format IFR (suport electronic), 2022					
9. Meghișan Flaviu - „Economie Comercială” Editura Universitaria Craiova, 2013					
10. Meghișan Flaviu - „Etică în afaceri”, Editura Sitech, Craiova, 2016					
11. Meghișan Flaviu - „Strategii concurențiale de marketing”, Editura Universitaria, Craiova, 2007					
12. Patriche Dumitru (coordonator) - „Economie comercială”, Editura Economică, București, 1998					
13. Teleșpan Constantin - „Economia comerțului”, Editura Psihomedica, Sibiu, 2007					
8.2. Seminar: Aplicații			Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1.	Prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor de casă. Comerțul - obiect al științei economice, formă a schimbului în economie și ramură a economiei naționale		2	Exerciții de reflecție; dialogul; conversația euristică; dezbateri	În cadrul acestei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării Referatul, fișa didactică ▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet -Platforma ZOOM
2.	Influențele factorilor economici, demografici și psihologici asupra cererii și a ofertei de mărfuri		4		
3.	Consumul, consumatorii și societatea de consum		2		
4.	Analiza ponderii activității comerciale în PIB al României		4		
5.	Politici privind vânzările de mărfuri		4		
6.	Amplasarea și dimensionarea depozitelor comerciale. Localizarea punctului de vânzare. Asortimentul de mărfuri și servicii.		4		
7.	Comerțului cu amănuntul.		4		
8.	Comerțului cu ridicata.		4		
Bibliografie:					
1. Costandache Mihaela, Ionescu A., <i>Tehnici comerciale</i> , Editura Pro Universitaria, București, 2012					
2. Criveanu Ion - „Economia Comerțului”, Editura Universitaria, Craiova, 2010					
3. Florian Gyula-Laszlo, <i>Creșterea competitivității firmelor prin raționalizarea vânzărilor</i> , Editura ASE, București, 2014					
4. Friedman Milton, Friedman Rose - „Libertatea de a alege. O declarație personală”, Ed. Publica, București, 2009					
5. Meghișan Flaviu - „Comportamentul consumatorului”, Editura Universității din Pitești, 2010					
6. Meghișan Flaviu - „Economie Comercială” - suport de curs în format IFR (suport electronic), 2022					
7. Meghișan Flaviu - „Economie Comercială”, Editura Universitaria, Craiova, 2013					
8. Meghișan Flaviu - „Etică în afaceri”, Editura Sitech, Craiova, 2016					
9. Teleșpan Constantin - „Economia comerțului”, Editura Psihomedica, Sibiu, 2007					

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

1. Înțelegerea rolului comerțului în cadrul economiei naționale
2. Aplicarea principiilor economice privind adaptarea ofertei la particularitățile purtătorilor de cerere
3. Optimizarea distribuției mărfurilor
4. Mercantizarea unui spațiu de vânzare
5. Eficientizarea tranzacțiilor comerciale.

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 Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF	- prezență activă; - corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală	50 %
10.5 Seminar față în față	• 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 • 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	10% 10% 30%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea principalelor concepte utilizate în economia comercială		

Data completării
20 septembrie 2022

Coordonator disciplina,
Conf. univ. dr. Flaviu MEGHIȘAN

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

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

Director Centru IFR
Conf. univ. dr. Brutu Mădălina

FIȘA DISCIPLINEI
Economia serviciilor, 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
1.7	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Economia serviciilor					
2.2	Titularul activităților de curs (coordonator disciplină)					Lect. univ. dr. Loredana Tuță					
2.3	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Loredana Tuță					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Medie ore pe săptămână	4	3.2	din care A.I.	2	3.3	S F / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care A.I.	28	3.6	S F / 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								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								15
Tutorat								3
Examinări								2
Alte activități (exemplu: 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 Microeconomie, Statistică economică, Economia turismului
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Materialul de studiu este realizat în tehnologia ID/IFR
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.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 – 2 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Însușirea de către studenți a unui ansamblu de cunoștințe teoretice și practice, a unui sistem de instrumente statistico-matematice capabil să le permită soluționarea problemelor cu care se confruntă sectorul serviciilor.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Explicarea și interpretarea conceptelor, noțiunilor specifice disciplinei. 2. Dezvoltarea capacității de a înțelege, interpreta și valorifica prin propuneri concrete tendințele conjuncturale din domeniul terțiar.

	3. Formarea propriilor convingeri și concepții despre modul de formare a ofertei de servicii și de stabilire a tarifelor în sectorul terțiar 4. Definirea corectă a obiectului de studiu și stabilirea relațiilor pe care economia serviciilor le are cu alte științe. B. Obiective procedurale 1. Corelarea unor experiențe practice cu unele teorii și modele ce privesc dezvoltarea sectorului serviciilor; 2. Utilizarea corectă a metodelor de analiză a ofertei și cererii pentru servicii. 3. Folosirea teoriilor și instrumentelor de cercetare specifice pieței serviciilor C. Obiective atitudinale 1. Dezvoltarea capacității de analiză a contextului global al serviciilor și a implicațiilor globalizării asupra dezvoltării economice mondiale și regionale. 2. Dezvoltarea capacității studenților de a concepe și iniția proiecte de cercetare în servicii. 3. Încurajarea și stimularea studenților în aplicarea rezultatelor obținute din analize și din studiul teoretic al disciplinei în rezolvarea unor probleme identificate în activitatea profesională
--	--

8. Conținuturi

8.1. Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
U1	Conținutul și sfera de cuprindere a serviciilor	3	Studiul individual	Suportul de curs proiectat în tehnologia ID/IFR disponibil studenților pe platforma de e-learning instituțională
U2	Tipologia serviciilor	3		
U3	Locul și rolul serviciilor în economia modernă	3		
U4	Piața serviciilor	3		
U5	Oferta, cererea și tarifele pentru servicii	3		
U6	Servicii pentru întreprinderi	2		
U7	Servicii pentru populație	2		
U8	Servicii internaționale	3		
U9	Resursele umane și materiale în sectorul serviciilor	3		
U10	Eficiența economică și socială a serviciilor	3		

Bibliografie

1. Andreiana Violeta Andreea, Bădicu Georgiana Daniela, *Economie în servicii*, Editura Pro Universitaria, București, 2017
2. Bodescu Dan, *Economia serviciilor. Sinteze și aplicații*, Editura "Ion Ionescu de la Brad", Iași, 2012
3. Ionașcu Viorica, Drăguț Bogdănel, Danielescu Dominic - *Economia serviciilor. Teorie și aplicații*. Editura Pro Universitaria, București, 2013
4. Ioncică Maria, *Economia serviciilor. Abordări teoretice și implicații practice*, Editura Uranus, București, 2006
5. Ioniță Roxana, *Economia serviciilor. Manual de studiu individual*, Editura Pro Universitaria, București, 2012
6. Maniu Cristina, *Economia serviciilor în epoca contemporană*, Editura Universitară, București, 2010
7. Maniu Laura Cristina, Zaharia Marian, Stan Roxana Elena, *Economia serviciilor și globalizarea*, Editura Universitară, București, 2013
8. Maxim Olga Irina, *Economia serviciilor*, Editura Universității Aurel Vlaicu, Arad, 2011
9. Miculescu Corina, *Economia serviciilor. Manual de studiu individual*, Editura Eurostampa, Timișoara, 2012
10. Soca Diana, *Piața mondială a serviciilor*, Editura Universitară, București, 2010
11. Turtureanu Anca Gabriela, *Economia serviciilor*, Editura Fundației Academice Danubius, Galați, 2008
12. Tuță Loredana, *Economia serviciilor – 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, prezentarea structurii temei de casă și distribuirea temelor	2	- dialogul - dezbatere 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	Caracteristicile și tipologia serviciilor	2		
3	Corelații între dezvoltarea serviciilor și dezvoltarea economico-socială	3		
4	Previziunea modificărilor structurale cu ajutorul metodei lanțurilor Markov	2		
5	Elasticitatea cererii pentru servicii	3		
6	Valoarea adăugată de servicii	3		
7	Metode de determinare a tarifelor în domeniul serviciilor	2		
8	Servicii pentru producție și servicii pentru populație	2		

9	Productivitatea muncii în servicii	3		
10	Determinarea necesarului de investiții în servicii	3		
11	Eficiența în domeniul serviciilor	3		
Bibliografie 1. Bodescu Dan, <i>Economia serviciilor. Sinteze și aplicații</i>, Editura "Ion Ionescu de la Brad", Iași, 2012 2. Ionașcu Viorica, Drăguț Bogdănel, Danielescu Dominic - <i>Economia serviciilor. Teorie și aplicații</i>. Editura Pro Universitaria, București, 2013 3. Ioncică Maria, Popescu Delia, Păduren Mihaela, Brîndușoiu Cătălina – <i>Economia serviciilor. Probleme aplicative</i>, Editura Uranus, București, 2006 4. Ioniță Roxana, <i>Economia serviciilor. Manual de studiu individual</i>, Editura Pro Universitaria, București, 2012 5. Miculescu Corina, <i>Economia serviciilor. Manual de studiu individual</i>, Editura Eurostampa, Timișoara, 2012 6. Militaru Gheorghe, <i>Managementul serviciilor</i>, Editura C.H. Beck, București, 2010 7. Turtureanu Anca Gabriela, <i>Culegere de întrebări, teste și probleme pentru seminarul de economia serviciilor</i>, Editura Fundației Academice Danubius, Galați, 2008 8. Tuță Loredana, <i>Economia serviciilor – suport de curs pentru învățământul frecvență redusă</i> (pe suport electronic), 2022 9. Untaru Elena Nicoleta, <i>Economia serviciilor. Aplicații, proiecte, studii de caz</i>, Editura Universității din Brașov, 2012				

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore)	50%
10.5 Seminar față în față	• 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 seminar. • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog.	10%
		Testare	20%
		Prezentarea temei de casă. Chestionare orală.	20%
10.6 Standard minim de performanță	1. Capacitatea de a utiliza metode și tehnici specifice domeniului serviciilor 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Economia serviciilor" 3. Cunoașterea caracteristicilor serviciilor și a categoriilor de servicii		

Data completării
23 septembrie 2022

Coordonator disciplină,
Lect. univ. dr. Loredana Tuță

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

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

Director Centru IFR
Conf. univ. dr. Brutu Mădălina

FIȘA DISCIPLINEI
Administrarea întreprinderii de 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
1.7	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii					
2.2	Titularul activităților de curs (coordonator disciplină)					Prof. univ. dr. Mihaela DIACONU					
2.3	Titularul activităților de seminar					Prof. univ. dr. Mihaela DIACONU					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Medie ore pe săptămână	4	3.2	din care A.I.	2	3.3	SF / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care A.I.	28	3.6	SF / 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								25
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								10
Tutorat								2
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 management, marketing, economia serviciilor, economia turismului
4.2	De competențe	Capacitate de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	Materialul de studiu este realizat în tehnologia ID/IFR
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu mecanismele specifice administrării afacerilor din domeniul comerțului, turismului, serviciilor
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> - cunoașterea și înțelegerea conceptelor de bază ale administrării întreprinderii de comerț, turism și servicii în contextul societății europene contemporane - cunoașterea și înțelegerea procesului de creare și livrare a serviciului - cunoașterea și înțelegerea rolului managerului în administrarea întreprinderii de comerț, turism și servicii - cunoașterea și înțelegerea abordării strategice și operaționale a activităților în domeniul comerțului, turismului, serviciilor

	- cunoașterea și înțelegerea abordării activității din perspectiva managementului financiar <u>B. Obiective procedurale</u> - înțelegerea specificului administrării întreprinderii de comerț, turism, servicii în societatea cunoașterii - explicarea și interpretarea proceselor și fenomenelor la nivel micro și macro economic în sectorul serviciilor - utilizarea metodelor și tehnicilor de analiză a strategiilor și tehnicilor aplicabile în cadrul unei organizații prestatoare de servicii; - utilizarea instrumentarului de diagnosticare economico-financiară a organizației prestatoare de servicii - analiza unor situații reale din cadrul organizației prestatoare de servicii în scopul identificării de soluții de îmbunătățire a performanțelor economico-financiare - capacitatea de a culege și analiza date și informații cantitative și calitative pentru a rezolva probleme economice utilizând tehnologii informatice <u>C. Obiective atitudinale</u> - Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în comerț, turism, servicii. - Cultivarea unor atitudini constructive în contexte organizaționale variate.
--	--

8. Conținuturi

8.1. Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
U1	Organizația din domeniul serviciilor - abordare conceptuală și tipologie	3	Studiu individual	Suportul de curs proiectat în tehnologia ID/IFR disponibil studenților pe platforma de e-learning instituțională
U2	Serviciile și procesul de creare și livrare a serviciilor	3		
U3	Managerul și agenții economici tradiționali din turism și comerț	3		
U4	Tehnologia informației și a comunicării și afacerile în domeniul turismului	3		
U5	Comerțul electronic - variantă modernă de derulare a afacerilor	3		
U6	Specificul managementului strategic al organizațiilor prestatoare de servicii	3		
U7	Tehnologia informației și a comunicării și managementul strategic al organizației prestatoare de servicii	1		
U8	Gestionarea calității produselor și satisfacției consumatorilor în servicii	3		
U9	Managementul financiar în organizațiile prestatoare de servicii	3		
U10	Gestionarea resursei umane în organizațiile prestatoare de servicii	3		

Bibliografie

1. Diaconu Mihaela - *Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii*, Editura Universității din Pitești, 2022, curs pentru IFR
2. Diaconu Mihaela – *Strategii și politici comerciale în turism și industria ospitalității*, Editura Universității din Pitești, 2015
3. Diaconu Mihaela (coord) Ionela Cristina Micu, Daniela Melania Mihai, 2021-*Manual de antreprenariat. Cum să dezvolt și să inovezi*, Editura Universității din Pitești
4. Diaconu Mihaela, Micu Cristina – *Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii – manual universitar pentru IFR* Editura Universității din Pitești, 2010.
5. Rusu Sergiu, *Antreprenariat în turism și industria ospitalității*, Editura C.H. Beck, București, 2014
6. Stănculescu Gabriela, Micu Cristina, *Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație*, Editura C.H. Beck, 2012

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1.	Modalități de organizare a activității în comerț, turism și servicii	3	- dialogul - dezbateri - lucru în echipă - conversația euristică	Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului, Studii de caz, Fascicule din lucrarea practică Suplimentar, pentru orele desfășurate
2.	Implicațiile caracteristicilor serviciilor asupra activității actorilor din piața serviciilor	3		
3.	Considerații generale referitoare la locul și rolul managerului în cadrul organizației și la tipologia agenților economici din comerț, turism	3		
4.	Tehnologia informației și a comunicării și turismul	3		
5.	Comerțul electronic - variantă modernă de derulare a afacerilor	3		
6.	Elemente ale strategiei de dezvoltare organizațională în comerț, turism, servicii.	3		
7.	Gestionarea calității produselor și satisfacției consumatorilor în servicii	3		
8.	Gestionarea resursei umane în organizații prestatoare de	3		

	servicii; relația satisfacția clientului - satisfacția personalului angajat - studiu de caz			online: - Platforma e-learning - Conexiune internet -Platforma ZOOM
9.	Analiza gestionării resurselor financiare și a performanțelor economico-financiare în organizații din comerț, turism, servicii - studiu de caz	3		
10.	Inovare in servicii pentru a crește valoarea la client	1		

Bibliografie

1. Diaconu Mihaela, 2022 - *Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii*, Editura Universității din Pitești, curs pentru IFR
2. Diaconu Mihaela (coord) Ionela Cristina Micu, Daniela Melania Mihai, 2021- *Manual de antreprenoriat. Cum să dezvolt și să inovezi*, Editura Universității din Pitești
3. Diaconu Mihaela, Micu Cristina – *Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii – manual universitar pentru IFR* Editura Universității din Pitești, 2010.
4. Țuclea Claudia Elena, Vasile Dragoș Constantin, Bulin Vasile, *Administrarea întreprinderii de comerț- turism- servicii – culegere de studii de caz, exerciții, teste*, Editura ASE, 2020

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 Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate	Evaluare scrisă finală	50%
10.5 Seminar față în față	- capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate; - capacitatea de aplicare în practică	Prezența și participarea activă la seminarii, lucrări scrise: teme, proiecte	50%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei și explicarea interdependențelor dintre ele, respectiv specificul procesului de creare și livrare a unui serviciu, specificul calității în servicii, modalități de orgaizare a activităților în cadrul organizațiilor din turism, servicii.		

Data completării
15 septembrie 2022

Coordonator disciplină,
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

Director Centru IFR
Conf. univ. dr. Brutu Mădălina

FIȘA DISCIPLINEI
Analiza strategică a mediului concurențial 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
1.7	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina										Analiza strategică a mediului concurențial în comerț, turism și servicii			
2.1	Denumirea disciplinei							Conf. univ. dr. Daniela MIHAİ					
2.2	Titularul activităților de curs (coordonator disciplină)							Conf. univ. dr. Daniela MIHAİ					
2.3	Titularul activităților de seminar							Conf. univ. dr. Daniela MIHAİ					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O		

3. Timpul total estimat

3.1	Medie ore pe săptămână	3	3.2	din care A.I.	1	3.3	<u>S</u> / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care A.I.	14	3.6	<u>S</u> / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								10
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								10
Tutorat								1
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								-
3.7	Total ore studiu individual	33						
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 Economia întreprinderii, Management și Marketing
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Materialul de studiu este realizat în tehnologia ID/IFR
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.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	Familiarizarea studenților cu procesul de analiză strategică a mediului concurențial în comerț, turism și servicii.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Definirea corectă a obiectului de studiu al analizei strategice și corelarea cu celelalte discipline; 2. Cunoașterea și înțelegerea conceptelor, abordărilor, teoriilor, modelelor și metodelor din domeniul analizei strategice; 3. Cunoașterea, înțelegerea și explicarea printr-o gândire interpretativă a conceptelor, proceselor, fenomenelor, stărilor, ideilor și tendințelor în managementul strategic ce implică activități de cercetare empirică supervizată; 4. Operarea cu conceptele fundamentale specifice analizei strategice;

	5. Însușirea conceptului de gândire strategică în cadrul afacerilor din comerț, turism și industria ospitalității. B. Obiective procedurale 1. Selectarea informațiilor economice relevante pentru realizarea analizei strategice a mediului ambiant din domeniul comerțului, turismului și serviciilor, în vederea identificării oportunităților și amenințărilor; 2. Descrierea argumentată a metodologiilor de analiză și interpretare a informațiilor economice în vederea realizării analizei strategice; 3. Capacitatea de a fundamenta strategii viabile privind dezvoltarea și diversificarea mediului de afaceri, pe baza informațiilor economico-financiare din firme; 4. Capacitatea de a gestiona eficient schimbări și alte evenimente din organizații; 5. Capacitatea de a iniția, derula și finaliza proiecte de cercetare științifică și de a angaja parteneriate cu organizații economice naționale și internaționale. C. Obiective atitudinale 1. Capacitatea de a lucra în echipă; 2. Capacitatea de a acționa independent și creativ în abordarea și soluționarea problemelor, de a evalua obiectiv și constructiv stări critice, de a rezolva creativ probleme, cu respectarea normelor deontologice profesionale; 3. Cultivarea unor atitudini constructive în contexte organizaționale variate.
--	---

8. Conținuturi

8.1. Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
TEMA NR. 1. CONȚINUTUL ȘI METODOLOGIA ANALIZEI STRATEGICE A ORGANIZAȚIEI ÎN MEDIUL CONCURRENTIAL			Studiul individual	Suportul de curs proiectat în tehnologia ID/IFR disponibil studenților pe platforma de e-learning instituțională
U1.1.	Întreprinderea – obiect al analizei strategice și mediul său concurențial	2		
U1.2.	Conținutul și metodologia cadru a analizei strategice în mediul concurențial	2		
TEMA NR. 2. METODE DE ANALIZĂ STRATEGICĂ A ACTIVITĂȚII ÎNTREPRINDERILOR				
U2.1.	Segmentarea strategică a sectoarelor de activitate	1		
U2.2.	Analiza SWOT	2		
U2.3.	Metoda BCG	2		
U2.4.	Matricea General Electric – Mc Kinsey	1		
TEMA NR. 3. ALTERNATIVE STRATEGICE ALE ÎNTREPRINDERII ÎN MEDIUL CONCURRENTIAL				
U3.1.	Strategii de creștere	2		
U3.2.	Strategii de consolidare (stabilitate)	1		
U3.3.	Strategii defensive	1		

Bibliografie

1. Anghel Ioan, *Evaluarea întreprinderii*, Editura Economică, București, 2010
2. Băcanu Bogdan, *Management strategic în turism – Concepte și studii de caz*, Editura Polirom, Iași, 2009;
3. Băcanu Bogdan, *Practici de management strategic*, Editura Polirom, Iași, 2011;
4. Baicu Mariana – *Managementul riscului în afaceri*, Editura Fundația România de Măine, București, 2010;
5. Ciocoiu Carmen Nadia, *Managementul riscului. O abordare integrată*, Editura A.S.E., București, 2014;
6. Dalotă Marius-Dan, *Managementul strategic al firmei*, Editura Pro Universitaria, 2016;
7. Dumitrescu Mihail; Dumitrescu-Peculea Adelina - *Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane*, Editura Economică, București, 2014;
8. Eschenbach Rolf, Siller Helmut – *Controlling profesional. Concepte și instrumente*, Editura Economică, București, 2014;
9. Gallo Carmine – *Experiența APPLE – Secretele construirii unei relații pe termen lung cu clienții*, Editura Amaltea, București, 2015;
10. Ghenea Marius - *Antreprenariat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri*, Editura Universul Juridic, 2011;
11. Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar – *Business-to-business Brand Management*, Editura Brandbuilders, București, 2016;
12. Lencioni Patrick – *Cinci tentații ale unui CEO*, Editura Litera, București, 2015;
13. Mauborgne Renee, *Strategia oceanului albastru. Cum să creezi un spațiu de piață necontestat și să faci concurența irelevantă*, Editura Economică, București, 2015;
14. Mihai Daniela – *Analiza strategică a mediului concurențial în comerț, turism și servicii – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă* (suport electronic), 2022;

15. Mihai Daniela, Drăghici Constantin – <i>Curs de analiză strategică a mediului concurențial – manual universitar destinat pregătirii studenților I.F.R.</i> , Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010;				
16. Mihai Daniela, Drăghici Constantin – <i>Curs de analiză strategică și simulări decizionale</i> – vol. 1, Editura Sitech, Craiova, 2009;				
17. Popa Ion, <i>Management strategic</i> , Editura Economică, București, 2014;				
18. Popescu Dumitru Dan, <i>Practical guide to company analysis</i> , Editura A.S.E., București, 2011;				
19. Pricop Mihai, Tanțau Adrian, <i>Globalizarea și strategia firmei</i> , Editura Eficient, București, 2014;				
20. Tanțau Adrian - <i>Entrepreneurship. Gîndește inovator și pragmatic</i> , Editura CH Beck, București, 2011.				
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 <i>Resurse folosite:</i> ▪ Scurte prezentări în power-point pentru descrierea studiilor de caz și stimularea exercițiilor ▪ Studii de caz ▪ Simulări pe computer ▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet - Platforma ZOOM
2	Metodologia de realizare a studiilor de analiză strategică a organizației în mediul concurențial	4		
3	Analiza atractivității principalelor domenii de analiză strategică (DAS) ale întreprinderii	6		
4	Diagnosticarea situației organizației și a prestației ei în cadrul mediului concurențial în care operează, pe baza analizei ratio-urilor economico-financiare relevante	4		
5	Analiza corelată a capacității strategice a întreprinderii și a mediului extern	4		
6	Studii de caz – Analiza corelată a capacității strategice a întreprinderii și a caracteristicilor mediului său extern: - selectarea domeniilor de analiză strategică (1 oră); - aplicarea modelelor matriceale de analiză: ▪ analiza SWOT la organizații reprezentative pentru diferite sectoare de activitate (2 ore); ▪ matricea BCG de analiză a portofoliului de produse/servicii ale întreprinderii (2 ore); ▪ matricea General Electric – Mc Kinsey (2 ore); - stabilirea tipului de strategie pentru fiecare DAS (1 oră).	8		
Bibliografie				
1. Anghel Ioan, <i>Evaluarea întreprinderii</i> , Editura Economică, București, 2010				
2. Băcanu Bogdan, <i>Practici de management strategic</i> , Editura Polirom, Iași, 2011;				
3. Ciocoiu Carmen Nadia, <i>Managementul riscului. O abordare integrată</i> , Editura A.S.E., București, 2014;				
4. Dalotă Marius-Dan, <i>Managementul strategic al firmei</i> , Editura Pro Universitaria, 2016;				
5. Dumitrescu Mihail; Dumitrescu-Peculea Adelina – <i>Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane</i> , Editura Economică, București, 2014;				
6. Eschenbach Rolf, Siller Helmut – <i>Controlling profesional. Concepte și instrumente</i> , Editura Economică, București, 2014;				
7. Gallo Carmine – <i>Experiența APPLE – Secretele construirii unei relații pe termen lung cu clienții</i> , Editura Amaltea, București, 2015;				
8. Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar – <i>Business-to-business Brand Management</i> , Editura Brandbuilders, București, 2016;				
9. Lencioni Patrick – <i>Cinci tentații ale unui CEO</i> , Editura Litera, București, 2015;				
10. Mauborgne Renee, <i>Strategia oceanului albastru. Cum să creezi un spațiu de piață necontestat și să faci concurența irelevantă</i> , Editura Economică, București, 2015;				
11. Mihai Daniela – <i>Analiza strategică a mediului concurențial în comerț, turism și servicii – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă</i> (suport electronic), 2022;				
12. Mihai Daniela, Drăghici Constantin – <i>Curs de analiză strategică a mediului concurențial – manual universitar destinat pregătirii studenților I.F.R.</i> , Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010;				
13. Mihai Daniela, Drăghici Constantin – <i>Curs de analiză strategică și simulări decizionale</i> – vol. 1, Editura Sitech, Craiova, 2009;				
14. Popa Ion, <i>Management strategic</i> , Editura Economică, București, 2014;				
15. Popescu Dumitru Dan, <i>Practical guide to company analysis</i> , Editura A.S.E., București, 2011;				
16. Pricop Mihai, Tanțau Adrian, <i>Globalizarea și strategia firmei</i> , Editura Eficient, București, 2014;				
17. Urbain Caroline, Le Gall-Ely Marine, <i>Pretul și strategia de marketing</i> , Editura CH Beck, București, 2011.				

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și metodelor de analiză strategică a mediului concurențial 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 Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF	- 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 (30%) + un subiect de analiză și interpretare (20%)	50 %
10.5 Seminar față în față	• Prezență și activitate seminar – evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic, a prezenței 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 principalelor metode de diagnosticare strategică a afacerii în contextul mediului concurențial în cadrul căruia evoluează; - Cunoașterea principalelor categorii de alternative strategice ale întreprinderii și a particularităților aplicării acestora.		

Data completării
19 septembrie 2022

Coordonator disciplină,
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

Director Centru IFR
Conf. univ. dr. Brutu Mădălina

FIȘA DISCIPLINEI
Tehnici comerciale, 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
1.7	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei												Tehnici comerciale			
2.2 Titularul activităților de curs (coordonator disciplină)												Lect. univ. dr. Loredana TUȚĂ			
2.3 Titularul activităților de proiect												Lect. univ. dr. Loredana TUȚĂ			
2.4 Anul de studii		II		2.5 Semestrul		2		2.6 Tipul de evaluare		C		2.7 Regimul disciplinei		O	

3. Timpul total estimat

3.1	Medie ore pe săptămână	4	3.2	din care A.I.	2	3.3	SF / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care A.I.	28	3.6	SF / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								12
Pregătire seminarii/proiecte, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	44						
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 Economie, Marketing și Economie comercială
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	Materialul de studiu este realizat în tehnologia ID/IFR
5.2	De desfășurare a seminarului/proiectului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii/proiecte - 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.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 și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei; dezvoltarea capacităților de cunoaștere, apreciere a diferitelor tehnici comerciale; utilizarea corectă a noțiunilor, categoriilor, conceptelor tehnicilor comerciale
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Cunoașterea și identificarea modalităților adecvate de apreciere a diferitelor tehnici comerciale; 2. Culegerea, analiza și interpretarea de date și de informații din punct de vedere cantitativ și calitativ din contexte profesionale reale și din literatura în domeniu, pentru formularea de argumente, decizii și demersuri concrete; 3. Definirea corectă a obiectului de studiu și stabilirea relațiilor pe care disciplina Tehnici comerciale le are cu alte științe. <u>B. Obiective procedurale</u> 1. Corelarea unor experiențe practice cu unele teorii și modele ce privesc procesele și fenomenele economice ce au loc la nivelul magazinului; 2. Identificarea unor situații concrete de aplicare a metodelor de dimensionare a raioanelor;

	3. Folosirea teoriilor și instrumentelor pentru soluționarea problemelor ce vizează decontarea cumpărăturilor. C. Obiective atitudinale 1. Dezvoltarea competențelor de comunicare (dialog, dezbateri, susținere liberă); 2. Cooperarea în echipe de lucru pentru realizarea diferitelor lucrări sau proiecte; 3. Cultivarea și promovarea unui mediu științific centrat pe valori, etică și responsabilitate socială.
--	--

8. Conținuturi

8.1. Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
U1	Abordări tehnologice și de marketing în comercializarea mărfurilor	3	Studiul individual	Suportul de curs proiectat în tehnologia ID/IFR disponibil studenților pe platforma de e-learning instituțională
U2	Localizarea și dimensionarea magazinului	3		
U3	Designul unui magazin	2		
U4	Tehnici privind amenajarea magazinului	3		
U5	Echipamentul comercial	3		
U6	Implantarea raioanelor de vânzare	3		
U7	Tehnici de etalare a mărfurilor	3		
U8	Publicitatea la locul de vânzare	2		
U9	Forme moderne de vânzare a mărfurilor	3		
U10	Tehnici privind amenajarea depozitului	3		

Bibliografie

- Cohuț Pop Ioana (coord.), Catană Adina, *Tehnologie, organizare și amenajare în comerț*, Editura Universității din Oradea, 2010
- Corodeanu Daniela, *Merchandising. Teorie, metode și instrumente pentru eficientizarea punctului de vânzare*, Editura Tehnopress, 2008
- Costandache Mihaela, Ionescu A., *Tehnici comerciale*, Editura Pro Universitaria, București, 2012
- Criveanu Ion, *Economia comerțului*, Editura Universitaria, Craiova, 2013
- Douminique Mouton, Gauderique Paris, *Practica merchandisingului. Spațiul de vânzare. Oferta de produse. Comunicarea la locul de vânzare*, Editura Polirom, Iași, 2009
- Girard Joe, *Cum să vinzi orice oricui, ediția a III-a*, Editura BUSINESSSTECH, 2021
- Gyula-Laszlo Florian, *Creșterea competitivității firmelor prin raționalizarea vânzărilor*, Editura ASE, București, 2014
- King George, *Secretele vânzării. Cum să vinzi în orice situație*, Editura Curtea Veche Publishing, București, 2012
- Meghișan Flaviu, *Economie comercială*, Editura Universitaria, Craiova, 2013
- Sășeanu Andreea Simona, Albăstroi Irina, Grosu Raluca Mariana, *Comerț. Noțiuni fundamentale*, Editura ASE, București, 2021
- Teau Anca Mihaela, *Tehnologii comerciale. Teorie și teste grilă*, Editura Pro Universitaria, București, 2013
- Tuță Loredana, *Tehnici comerciale – suport de curs pentru învățământul frecvență redusă* (pe suport electronic), 2022

8.2. Aplicații: Proiect		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1.	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, prezentarea structurii temei de casă și distribuția temelor	2	Expunere Problematizare Exerciții de reflecție Dezbateri Explicație	Lucrul în echipă Prezentări proiecte Calcule economice Studii de caz Teste de verificare - Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet - Platforma ZOOM
2.	Metode de determinare a ariei de atracție comercială	6		
3.	Punctul de vânzare. Mărimea și structura asortimentului de mărfuri	4		
4.	Metode de dimensionare a raioanelor. Indicatori de analiză privind fluxul clienților în spațiul de vânzare	6		
5.	Indicatori de exploatare a suprafețelor comerciale	2		
6.	Evaluarea gradului de utilizare a spațiului magazinului	2		
7.	Etalarea mărfurilor în interiorul magazinului și în vitrine	4		
8.	Evaluare finală	2		

Bibliografie:

- Corodeanu Daniela, *Merchandising. Teorie, metode și instrumente pentru eficientizarea punctului de vânzare*, Editura

Tehnopress, 2008

2. Dominique Mouton, Gauderique Paris, *Practica merchandisingului. Spațiul de vânzare. Oferta de produse. Comunicarea la locul de vânzare*, Editura Polirom, Iași, 2009
3. Girard Joe, *Cum să vinzi orice oricui, ediția a III-a*, Editura BUSINESSSTECH, 2021
4. Gyula-Laszlo Florian, *Creșterea competitivității firmelor prin raționalizarea vânzărilor*, Editura ASE, București, 2014
5. King George, *Secretele vânzării. Cum să vinzi în orice situație*, Editura Curtea Veche Publishing, București, 2012
6. Meghișan Flaviu, *Economie comercială*, Editura Universitaria, Craiova, 2013
7. Teau Anca Mihaela, *Tehnologii comerciale. Teorie și teste grilă*, Editura Pro Universitaria, București, 2013
8. Tuță Loredana, *Tehnici 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 reprezentativi din domeniul aferent programului

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluare finală	30%
10.5 Proiect	• 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	Prezentarea temei de casă. Chestionare orală.	30%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea conceptelor de bază specifice disciplinei și a particularităților utilizării principalelor tehnici comerciale.		

Data completării
19 septembrie 2022

Coordonator disciplină,
Lect. univ. dr. Loredana Tuță

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

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

Director Centru IFR
Conf. univ. dr. Brutu Mădălina

FIȘA DISCIPLINEI
Practică de specialitate, 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
1.7	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					Practică de specialitate					
2.2	Titularul activităților de curs (coordonator disciplină)					-					
2.3	Titularul activităților de seminar/ proiect					Lect. univ. dr. Cristina MICU					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Medie ore pe săptămână	6	3.2	din care A.I.	-	3.3	SF / L / P	6
3.4	Total ore din planul de învăț.	84	3.5	din care A.I.	-	3.6	SF / L / P	84
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								4
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								4
Pregătire seminarii/proiecte, teme, referate, portofolii, eseuri								4
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	16						
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 Microeconomie, Management, Economia turismului, Economie comercială
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	-
5.2	De desfășurare a seminarului/proiectului	- Convenția cadru de desfășurare a stagiului de practică - Respectarea orarului de practică și a termenului de predare 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.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 1PC C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 1PC C.5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu problematica organizării și gestionării activității organizației de comerț, turism sau servicii
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective procedurale</u> 1. Abilitatea de a interpreta printr-o gândire logică aspectele legate de organizarea și funcționarea societăților comerciale. 2. Capacitatea de concepere și conducere a proceselor specifice domeniului comerțului, turismului și serviciilor. 3. Selectarea informațiilor economice relevante pentru soluționarea diverselor probleme concrete din domeniul comerțului, turismului și serviciilor și utilizarea lor integrată în fundamentarea deciziei optime. <u>B. Obiective atitudinale</u> 1. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în comerț, turism, servicii. 2. Capacitatea de a lucra în echipă; 3. Cultivarea unor atitudini constructive în contexte organizaționale variate.

8. Conținuturi

8.1. Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF (unități de învățare)	Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
-			
8.2. Aplicații: seminar/proiect	Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1. Prezentarea, descrierea și caracterizarea firmei și a activității curente: - elementele de identificare a firmei, cadrul legislativ, statutul juridic, capitalul social al firmei; - scurt istoric al firmei; - obiectul de activitate al firmei; - descrierea serviciilor prestate - modul de organizare și conducere a firmei; - analiza activităților curente desfășurate de firmă; - sistemul de organizare și coordonare a activităților.	8	▪ conversația euristică ▪ lucrul în grup	<i>Informațiile se vor colecta de către studenți în cadrul firmei selectate (după caz, fizic sau în format hibrid).</i>
2. Analiza modului de organizare a activității firmei: - structura organizatorică de ansamblu a firmei și organigrama unității: număr de angajați (permanenți și sezonieri, nivel de pregătire, funcții deținute, grupe de vârstă), atribuții; - structura organizatorică a principalelor subdiviziuni ale firmei; - relațiile organizatorice implicate; - personalul de conducere și execuție, fișe de post, Regulament de organizare și funcționare, alte regulamente interne; - organizarea procesuală a firmei; - funcțiunile firmei – modul de manifestare și exercitare (cercetare-dezvoltare, producție – dacă este cazul, comercială, financiar-contabilă și de personal)	8	▪ conversația euristică ▪ exercițiul ▪ lucrul în grup	<i>Informațiile se vor colecta de către studenți în cadrul firmei selectate (după caz, fizic sau în format hibrid).</i>
3. Analiza mediului intern al firmei: - generalități referitoare la situația financiară a firmei; - descrierea produselor/serviciilor; - pragul de rentabilitate la nivelul firmei, precum și pragul de rentabilitate pentru un produs sau serviciu prestat de firmă; - analiza performanțelor strategiei comerciale; - resursele umane implicate; - descrierea climatului și culturii organizaționale; - procesarea documentelor din cadrul companiei; - interpretarea dinamicii mediului intern.	8	▪ conversația euristică ▪ lucrul în grup ▪ exercițiul	<i>Informațiile se vor colecta de către studenți în cadrul firmei selectate (după caz, fizic sau în format hibrid). practică</i>
4. Analiza micromediului firmei: - furnizorii, prestatorii de servicii și intermediarii – modul de organizare a relațiilor firmei cu furnizorii (relații precontractuale, relații contractuale și relații postcontractuale); - concurenții – structura pieței vizate; - clienții unității: numărul acestora pe ultimii 5 ani (un grafic sugestiv în acest sens); structura acestora după caracteristicile sociale (vârstă, sex, venituri, pregătire, domiciliu etc.); - organisme publice (atitudinea publicului, mass-media, instituții locale, organizații cetățenești, ONG-uri ș.a.).	8	▪ conversația euristică ▪ lucrul în grup ▪ exercițiul	<i>Informațiile se vor colecta de către studenți în cadrul firmei selectate (după caz, fizic sau în format hibrid).</i>
5. Analiza macromediului firmei: - analiza STEP; - contextul legislativ și ecologic și impactul său asupra firmei; - oportunități și amenințări cu care se confruntă firma;	8	▪ conversația euristică ▪ lucrul în grup.	<i>Informațiile se vor colecta de către studenți în cadrul firmei selectate (după caz, fizic sau în format hibrid).</i>

6. Analiza indicatorilor economico-financiari pentru perioada 2019-2021: -cifra de afaceri, venituri, cheltuieli, rezultatul exercitiului; - determinarea ratelor de rentabilitate.	8	▪ conversația euristică ▪ exercițiul ▪ lucrul în grup	<i>Informațiile se vor colecta de către studenți în cadrul firmei selectate (după caz, fizic sau în format hibrid).</i>
7. Identificarea și fundamentarea strategiilor firmei prin prisma mediului ambiant: - viziunea și misiunea firmei; - prezentarea obiectivelor fundamentale; - opțiunile strategice ale firmei (mijloace de realizare a obiectivelor); - resurse necesare; - termene intermediare și finale de realizare a obiectivelor; - avantajul competitiv al organizației.	8	▪ conversația euristică ▪ lucrul în grup ▪ exercițiul	<i>Informațiile se vor colecta de către studenți în cadrul firmei selectate (după caz, fizic sau în format hibrid).</i>
8. Strategii și politici implementate în cadrul firmei: - tacticile adoptate și politicile aferente principalelor domenii ale activității firmei; - tipul de strategie managerială abordată; - politica sistemului informațional; - politica de personal; - managementul creanțelor și disponibilităților bănești la nivelul firmei; - dezvoltarea / diversificarea producției și/sau a activităților.	10	▪ conversația euristică ▪ lucrul în grup ▪ exercițiul	<i>Informațiile se vor colecta de către studenți în cadrul firmei selectate (după caz, fizic sau în format hibrid).</i>
9. Elaborarea planului de marketing al firmei: - politica de produs; - politica de distribuție; - politica de preț: nivelul și modul de stabilire a comisioanelor, prețurilor, tarifelor practicate de societate; - politica de comunicare: fundamentarea bugetului, modalități de promovare a ofertei; structura mixului de comunicare; - politica forței de vânzare.	10	▪ conversația euristică ▪ exercițiul ▪ lucrul în grup	<i>Informațiile se vor colecta de către studenți în cadrul firmei selectate (după caz, fizic sau în format hibrid).</i>
10. Propuneri de îmbunătățire a activității firmei: - comunicare și orientare către clienți; - atribuțiile profesionale ale consultantilor vânzări, agenților de vânzări și lucrători comerciali; - strategia de promovare a produselor/serviciilor; materiale și modalități de promovare a ofertei/ produselor comercializate (exemplificare cu pliante și alte materiale, acțiuni de promovare a vânzărilor-oferte speciale și altele); - oportunități de dezvoltare.	8	▪ conversația euristică ▪ lucrul în grup	<i>Informațiile se vor colecta de către studenți în cadrul firmei selectate (după caz, fizic sau în format hibrid).</i>
Bibliografie 1. Ciocoiu Carmen Nadia, Managementul riscului. O abordare integrată, Editura A.S.E., București, 2014 2. Constantinescu Victor-George, Strategii de promovare a destinațiilor turistice utilizate de agențiile de turism, Editura Economică, 2021. 3. Coros, Monica Maria, Managementul cererii și ofertei turistice, Editura C.H. Beck, 2015. 4. Dalota Marius-Dan, Managementul strategic al firmei, Editura Pro Universitaria, 2016 5. Diaconu Mihaela- Managementul calității în comerț, turism, servicii, Editura Universității din Pitești, 2017 6. Dumitrescu Mihail; Dumitrescu-Peculea Adelina - Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane, Editura Economică, București, 2014 7. Eschenbach Rolf, Siller Helmut – <i>Controlling profesional. Concepte și instrumente</i> , Editura Economică, București, 2014 8. Ghenea Marius - Antreprenariat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri, Editura Universul Juridic, 2011 9. Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar – <i>Business-to-business Brand Management</i> , Editura Brandbuilders, București, 2016 10. Maniu Laura Cristina, Zaharia Marian, Stan Roxana Elena, <i>Economia serviciilor și globalizarea</i> , Editura Universitară, București, 2013 11. Meghișan Flaviu - <i>Economie Comercială</i> , Editura Universitaria Craiova, 2013 12. Mihai Daniela, Brutu Mădălina, Management – Fundamente teoretice. Teste grilă. Aplicații, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014 13. Militaru, Gh. – Managementul serviciilor, Editura C.H. Beck, București, 2010 14. Popescu Dumitru Dan, Practical guide to company analysis, Editura A.S.E., București, 2011 15. Pavel Stanciu, <i>Piața turistică. Relațiile ofertă-cerere și fundamentarea strategiilor de dezvoltare</i> , Editura Economică, 2016. 16. Secară Carmen - Tendințe și practică în domeniul managementului resurselor umane, Editura Sitech, Craiova, 2014			

17. Sergiu Rusu, *Antreprenoriat în turism și industria ospitalității*, Editura C.H. Beck, București, 2014
18. Stănciulescu Gabriela, Micu Cristina- *Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație*, Editura C.H.Beck, 2012
19. Stănciulescu Gabriela, State Olimpia, *Tehnica operațiunilor de turism intern și internațional*, Editura C.H. Beck, București, 2013.
20. Stănciulescu Gabriela, *Managementul agenției de turism*, Editura ASE, București, 2013.

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor 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.

Notă: *Practica se finalizează cu susținerea **colocviului de practică**, la care studenții vor prezenta:*

- a) **Adeverința** eliberată de unitatea la care au efectuat practică;
- b) **Caietul de practică** - completat pe parcursul perioadei de practică;
- c) **Proiectul de practică**, întocmit în conformitate cu structura stabilită.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4. Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF	-	-	-
10.5 Seminar / Proiect	- analiza caietului de practică prezentat de către student; - relevanța activităților desfășurate în formarea profesională; - forma de prezentare, conținutul și valoarea rezultatelor obținute prin efectuarea temei de studiu aleasă sau a proiectului de cercetare elaborat; - deprinderile și cunoștințele dobândite; - evaluarea modului de susținere a raportului de practică în fața comisiei de evaluare.	- Evaluare finală (oral); - Caiet de practică; - Proiect de practică	30% 30% 40%
10.6 Standard minim de performanță	Prezența la activitățile planificate pe parcursul perioadei de practică Elaborarea și susținerea proiectului de practică Întocmirea și prezentarea caietului de practică		

Data completării
seminar/proiect,
20 septembrie 2022

Coordonator disciplină,

-

Titular de

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

Director Centru IFR
Conf. univ. dr. Brutu Mădălina

FIȘA DISCIPLINEI
Educație fizică, 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 / Calificarea	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor / Economist
1.7	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					EDUCAȚIE FIZICĂ					
2.2	Titularul activităților de curs (coordonator disciplină)					-					
2.3	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Ștefănică Valentina					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Medie ore pe săptămână	1	3.2	din care A.I.	-	3.3	SF / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	14	3.5	din care A.I.	-	3.6	SF / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								-
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								4
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								4
Tutoriat								2
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								1
3.7	Total ore studiu individual	11						
3.8	Total ore pe semestru	25						
3.9	Număr de credite	1						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	-
4.2	De competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	Teren Sport Bitum/iarbă, Sală Fitness/Sală Sport, "Gh. Doja" Nr. 41, Pitești; mingi, vestuțe de departajare, jaloane, cercuri, competuri și alte materiale auxiliare; prezența studenților la seminar Pentru orele online: Platforma e-learning, conexiune internet, ZOOM
5.2	De desfășurare a seminarului	

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	
Competențe transversale	CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Conștientizarea rolului și importanței practicării exercițiilor fizice cât și îmbunătățirea stării generale de sănătate
7.2 Obiectivele specifice	Obiective atitudinale: OA1 - formarea convingerilor și deprinderilor de practicare independentă a exercițiilor fizice și a sporturilor preferate, în scop igienic, deconectant; OA2 - îmbunătățirea continuă a stării de sănătate, a vigoriei fizice, psihice precum și a dezvoltării corporale armonioase; OA3 - ridicarea nivelului general de motricitate și însușirea elementelor de bază din practica

	unor ramuri sportive; OA4 - formarea și consolidarea unui sistem de cunoștințe practice și teoretice (didactice, metodice, tehnice, organizatorice) în concordanță cu sarcinile generale ale învățământului superior; OA5 - modelarea stărilor psihocomportamentale și transpunerea acestora în practica vieții sociale (fair-play, spirit de echipă, responsabilitate, perseverență, hotărâre, încredere, stăpânire de sine etc.); OA6 - formarea unei conduite favorabile și a unui stil de viață sănătos, mental și fizic prin practicarea activităților cu specific sportiv; OA7 - desfășurarea unor activități sportive care să contribuie la menținerea unui aspect fizic plăcut; OA8 - stimularea interesului pentru sport și mișcare, ca modalitate de menținere a stării de sănătate și de influențare a unei evoluții corecte și armonioase a organismului. Obiective procedurale: OP1 – exersarea deprinderilor în vederea realizării capacității de organizare a sarcinilor care le vor avea ca organizatori de activități educative cu caracter sportiv;
--	--

8. Conținuturi

8.1. Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Inițierea oportună a acțiunilor tactice individuale în întreceri. Baschet : procedee tehnice: în apărare: poziția fundamentală: înaltă, medie, joasă, deplasare laterală cu pași adăugați, către dreapta și către stânga, deplasare cu pași adăugați, către înainte și către înapoi, alergare laterală către dreapta și către stânga, oprirea și pivotarea, schimbarea direcției din alergarea laterală și deplasarea laterală cu pași adăugați, săriturile pe un picior din deplasare și pe ambele picioare, de pe loc și din deplasare în atac: <i>în jocul fără posesia mingii:</i> poziția fundamentală, alergare de viteză, schimbarea tempoului, alergării, oprirea și pivotarea, alergare laterală, schimbările de direcție din alergarea normală și laterală, săriturile pe un picior din deplasare și pe ambele picioare de pe loc și din deplasare <i>în jocul cu posesia mingii:</i> pasele de pe loc și din deplasare: cu o mână și cu ambele mâini de la piept, de jos, de sus, din lateral, din cârlig, directe și cu pământul, la diferite distanțe și către diferite direcții driblingul pe loc și în deplasare: cu variația înălțimii și a tempoului alergării, cu fiecare mână, cu viteză maximă, cu fiecare mână, driblingul cu schimbarea direcției, cu trecerea mingii prin față, cu trecerea mingii prin spate, cu trecerea mingii printre picioare, cu piruetă, cu fiecare mână, aruncările la coș: din dribling și din alergare: cu fiecare mână, de sus, de jos, în cârlig, de pe loc cu o mână, din față și de deasupra capului, din săritură. BASCHET Acțiuni tactice individuale de atac: demarcarea pentru intrarea în posesia mingii; pătrunderea; fenta de pasare, de depășire și de aruncare; depășirea și aruncarea la coș sau pasarea mingii; recuperarea după aruncarea la coș nereușită, proprie și a coechipierilor. Acțiuni tactice individuale de apărare: marcajul între atacant și coș; marcajul între atacant și minge. FOTBAL: procedee tehnice a. procedee tehnice însușite anterior: lovirea mingii cu piciorul; preluarea mingii; conducerea mingii însoțită de mișcări înșelătoare și de protejare cu corpul și piciorul; lovirea mingii cu capul din alergare și din săritură, cu bătaie pe	4	conversația, demonstrația, exersarea, observația, imitația, modelarea	▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet -Platforma ZOOM

	unul sau ambele picioare; aruncarea de la margine – de pe loc, cu elan; lovitura de la colț; structuri tehnice învățate anterior și învățarea altora noi finalizarea din alergare; b. procedee tehnice noi: lovirea mingii cu călcâiul, prin deviere cu șiretul exterior, latul sau exteriorul labei piciorului, din semivole, preluarea mingii: cu capul prin amortizare, cu talpa prin ricoșare lovirea mingii cu capul: din alergare, din alergare cu săritură, din plonjon - de pe loc și din alergare șutul la poartă din situații/ poziții variate pregătire tehnică individualizată c. procedee tehnice specifice postului de portar: prinderea, boxarea și devierea mingii; blocarea mingii; repunerea mingii în joc cu mâna și cu piciorul; degajarea mingii statice sau aflată în mișcare. Procedee tehnice specifice, recomandate individual de manevrare, de finalizare, de deposedare a adversarului			
2	Să declanșeze și să se integreze în acțiunile tactice colective pe parcursul jocului. Jocuri de mișcare adaptate vârstei: Al treilea fuge, Crabii și crevetii, prinsea pe perechi, Mingea la capitan. Stafete și parcururi aplicative cu elemente din jocurile sportive. Jocuri pe spații reduse de 2x2, 3x3, 4x4, 5x5, Fotbal, Tenis, Badminton; Jocuri pe spații reduse de 2x2, 3x3, 4x4, 5x5, Volei, Baschet, Tenis de masă	3	conversația, demonstrația, exersarea, observația, imitația, modelarea	
3	Manifestarea în întreceri a trăsăturilor psihomotrice, dominante, specifice baschetului/ voleiului/ handbalului/ fotbalului, desfășurate în cadrul orei de educație fizică; Îmbunătățirea calităților motrice de bază și specifice unor ramuri sportive: creșterea forței la nivelul marilor grupe musculare (membre, abdomen, spate); îmbunătățirea vitezei de deplasare, reacție, execuție, repetiție; sporirea rezistenței aerobe și anaerobe, specifică și generală; ameliorarea indicilor de coordonare generală și îndemânare specifică diferitelor ramuri sportive. Optimizarea motricității generale :formarea capacității de a utiliza deprinderile aplicativ-utilitare în cadrul unor solicitări variate; parcurgerea repetată a unor trasee aplicative (sărituri, târări, echilibru, cățărări și transport).	3	conversația, demonstrația, exersarea, observația, imitația, modelarea	
4	Creșterea / menținerea nivelului de manifestare a calităților motrice proprii, conform recomandărilor profesorului Metode și mijloace de dezvoltare: a forței explozive în diferite regiuni; a vitezei de reacție, de execuție, de repetiție, de deplasare; a rezistenței la eforturi aerobe; a îndemânării în manevrarea mingii; a mobilității și supleței musculare. Gimnastica de bază și sportivă: exerciții de front și formație; variante de mers și alergare; trasee aplicative combinate cu elemente de alergare, echilibru, escaladare, târâre, cățărare, transport; exerciții sub formă de joc; elemente dinamice din gimnastica acrobatică (rostogoliri, răsturnări, roți laterale etc.).	2	Metode - practice, intuitive, verbale și evaluative	
5	Verificare practică: Norme de control specifice Jocuri sportive: baschet, handbal, fotbal, volei: exerciții simple pentru poziții fundamentale, așezare și deplasare în teren, în atac și apărare; exerciții de preluare, prindere și pasare a mingii, de pe loc și din deplasare; exerciții de finalizare a acțiunilor tehnice și tehnico-tactice simple; exerciții de marcaj și demarcaj; complexe de exerciții tehnico-tactice elementare; practicarea globală a jocului pe terenuri reduse și pe terenuri normale, cu efective diferite. Jocuri pe spații reduse de 2x2, 3x3, 4x4, 5x5, Competiție Studențească pe ramuri de sport; Verificare practică: Norme de control specifice Handbal	2	Metode - practice, intuitive, verbale și evaluative	

Testare – dribling printre jaloane, aruncare la poartă prin procedeu la alegere. Pasă plecare pe contraatac, reprimire dribling și aruncare la poartă din săritură. Fotbal Testare – dribling printre jaloane, sut la poartă. Pasă plecare pe contraatac, reprimire dribling și sut la poartă din afara careului. Joc bilateral. Volei Testare – pase in doi de sus si de jos, pase la perete numar de repetari. Pasă plecare pe contraatac, lovitura de atac . Joc bilateral. Baschet Testare – dribling printre jaloane, aruncare la cos prin procedeu la alegere. Pasă plecare pe contraatac, reprimire dribling și aruncare la cos din săritură. Joc bilateral			
Bibliografie *** Regulamente pe ramuri de sport – <i>Atletism, Baschet, Badminton, Handbal, Fotbal, Volei</i>, elaborate de Federațiile sportive. Drăgan, I., (2010), <i>Din secretele sănătății cei 2 M Mișcarea și Mâncarea</i>, Editura Bogdana, București. Mihăilescu, L., Mihăilescu, N., (2011), <i>Atletism în sistemul educațional</i>, Editura Universității din Pitești. Niculescu, I., (2013), <i>Jocuri dinamice</i>, Editura Universității din Pitești. Opriș Florentina, (2012), <i>Sport, Dietă & Vedete</i>, Editura Litera, Bucuresti. Stoica Alina, (2014), <i>Gimnastică aerobică, Fundamente teoretice și practico-metodice</i>, Editura Brend, Bucuresti. Vladu, L., Marinescu, A., Amzăr, L., (2013), <i>Sănătate prin sport</i>, Editura Universității Craiova. http://fr.groups.yahoo.com/group/fan_sanatate_grup_pe_internet/message/283 http://www.plantelevietii.ro/greutate.html http://www.florentina.ro/index.php?cat_id=371			

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu cerințele actuale ale societății, cu nevoia studenților de compensare a muncii intelectuale intensive și mai ales de menținere a unei stări de sănătate optime. Considerăm că incluziunea studenților de piața muncii este condiționată si de capacitatea fizică de a depune efort, de capacitatea de socializare, de starea de sănătate bună, de adoptare a unui stil de viață sănătos, acestea fiind unele din efectele participării studenților la orele de educație fizică universitară.

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 Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF			
10.5 Seminar față în față	- prezența și participarea activă la seminar, - gradul de încadrare în cerințele impuse; - gradul de însușire a competențelor testate la evaluarea parțială.	Prezență și activitate la seminar Testare 1 Testare 2 Evaluare finală	30 30 30 10
10.6 Standard minim de performanță	Achiziționarea cel puțin a primelor 5 puncte componente ale competențelor profesionale precizate mai sus.		

Promovarea studenților scutiți medical (SM), se va face pe baza îndeplinirii cerințelor precizate în Procesul Verbal: prezența la oră în echipament sportiv, prezentare SM, scutit medical total sau parțial, activitate de șah sau gimnastică medicală (după caz); Evaluarea finală se va realiza după caz, prin competiții de șah sau prezentare orală a unui referat cu temă prestabilită de către cadrul didactic, cu trimitere specifică asupra activității de Educație Fizică și Sport.

La finalul semestrului procentajul se va transforma în calificativ ADMIS/RESPINS.

Data completării
15 septembrie 2022

Coordonator disciplină,
-

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Ștefănică Valentina

Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2022

Director de departament,
(prestator)
Conf. univ. dr. Liviu Mihăilescu

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

Director Centrul IFR
Conf. univ. dr. Mădălina Brutu

FIȘA DISCIPLINEI
Resurse și destinații 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
1.7.	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Resurse și destinații turistice
2.2	Titularul activităților de curs (coordonator disciplină)	Lect. univ. dr. Smaranda TOMA
2.3	Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Smaranda TOMA
2.4	Anul de studii	II
2.5	Semestrul	2
2.6	Tipul de evaluare	C
2.7	Regimul disciplinei	A

3. Timpul total estimat

3.1	Medie ore pe săptămână	3	3.2	din care A.I.	2	3.3	SF / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care A.I.	28	3.6	SF / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								24
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități								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 Economie, Geografie economică și Economia turismului
4.2	De competențe	capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Materialul de studiu este realizat în tehnologia ID/IFR
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.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	Turismul este o activitate social-cultural-recreativă, care a cunoscut o evoluție spectaculoasă în decursul ultimului secol, ca urmare a creșterii nivelului de trai, a veniturilor, a timpului liber, dar și datorită dezvoltării transporturilor care au permis deplasarea la mari distanțe într-un timp scurt și bineînțeles apariției unor noi regiuni și centre turistice. Disciplina Resurse și Destinații Turistice are menirea de a transmite studenților relația există între resursele turistice și formele de manifestare spațială a fenomenului turistic, destinațiile turistice ale lumii, circulația turistică internațională, tipurile de turism și modalitățile de dezvoltare durabilă a patrimoniului turistic.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Înțelegerea rolului resurselor turistice și valorificării lor eficiente și raționale în economie; 2. Analiza fenomenului turistic prin prisma complexității potențialului turistic și a fenomenelor

	social-economice condiționate de valorificarea acestuia; 3. Deprinderea studenților cu metodele și instrumentele de analiză specifice spațiului turistic (indicatori turistici), cu etapele de elaborare și realizare a noilor proiecte, dar și cu soluțiile de stimulare a circulației turistice și de asigurare a integrării turismului în economia teritoriului. <u>B. Obiective procedurale</u> 1. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice acestei discipline; 2. Culegerea și prelucrarea de date din surse documentare alternative și din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor care influențează fenomenul turistic; 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. <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. Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
U1	RESURSELE TURISTICE: CONCEPT, ROL, TIPOLOGIE	3	Studiul individual	Suportul de curs proiectat în tehnologia ID/IFR disponibil studenților pe platforma de e-learning instituțională
U2	DESTINAȚIA TURISTICĂ: DEFINIȚIE, TIPOLOGIE, COMPONENTE	3		
U3	CONSIDERAȚII GENERALE PRIVIND MANAGEMENTUL DESTINAȚIILOR TURISTICE	3		
U4	FENOMENUL TURISTIC – FAZELE DEZVOLTĂRII ȘI IMPUNERII TURISMULUI ÎN ECONOMIA MONDIALĂ 4.1. Scurt istoric al turismului 4.2. Internaționalizarea turismului după 1950 4.3. Turismul internațional în prezent, în cifre și fapte	3		
U5	RESURSELE TURISTICE NATURALE 5.1. Relieful – resursă turistică de bază 5.2. Clima – resursă turistică 5.3. Resursele turistice hidrologice	3		
U6	RESURSELE TURISTICE ANTROPICE 6.1. Potențialul turistic cultural-istoric 6.2. Potențialul turistic tehnico-economic	3		
U7	RESURSELE UMANE DIN TURISM 7.1. Resursele umane din turism 7.2. Importanța pregătirii și dezvoltării profesionale a resurselor umane din turism	3		
U8	MARILE REGIUNI ȘI DESTINAȚII TURISTICE 8.1. Marile centre și subregiuni turistice din Europa 8.2. Destinații turistice americane 8.3. Destinații turistice din Asia-Pacific	3		
U9	ORGANIZAȚIILE DE MANAGEMENT AL DESTINAȚIEI	2		
U10	COMPETITIVITATEA DESTINAȚIILOR TURISTICE	2		

Bibliografie:

- Bâc D.P., 2013, Turismul și dezvoltarea durabilă: realități, provocări, oportunități, Editura Economică, București.
- Cândea Melinda, Erdeli G., Simon Tamara, 2001, România. Potențial turistic și turism, Editura Universității din București.
- Cândea Melinda, Erdeli G., Simon Tamara, Peptenatu D., 2003, Potențialul turistic al României și amenajarea turistică a spațiului, Editura Universitară, București.
- Cândea Melinda, Bran Florina, Cimpoeu Irina, 2006, Organizarea, amenajarea și dezvoltarea durabilă a spațiului geografic, Editura Universitară, București.
- Diaconu Mihaela, Micu Cristina, 2010, Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii, Editura Universității din Pitești.
- Drăghici C., Mihai Daniela, 2007, Curs de management al activității de comerț, turism și servicii turistice, Editura Sitech, Craiova.
- Drăghici C., Pintilii R., 2016, Potențial turistic general, Editura Universitară, București, 2016.
- Erdeli G., Gheorghilaș A., 2006, Amenajări turistice, Editura Universității din București, București.
- Glăvan V., 2003, Turism rural. Agroturism. Turism durabil. Ecoturism, Editura Economică, București.
- Glăvan V., 2005, Geografia turismului, Editura Fundației România de Măine, București.
- 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.
- Glăvan V., 2007, Geografia turismului, Editura Fundației România de Măine, București.

13. Firoiu Daniela, 2005, Resursele umane în turism, Editura Universitară, București. Gheorghilaș A., 2005, Geografia turismului internațional, Editura Universitară, București.
14. Ielenicz M. și colab, 2003, România. Enciclopedie turistică, Editura Corint, București.
15. 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.
16. Ioncică Maria, Stănculescu Gabriela, 2006, Economia turismului și serviciilor, Editura Uranus, București.
17. Laws, E., Richins, H., Agrusa, J., Scott, N., 2011, Tourist Destination Governance: Practice, Theory and Issues, CAB International.
18. Leiper N., 2004, *Tourism Management (3rd Ed.)*, Malaysia: Pearson Education Australia.
19. Minciu Rodica, 2002, Economia turismului, Editura Uranus, București.
20. Miu Florentina, Simoni Smaranda, 2010, Ecoturism și turism rural, Editura Universității din Pitești.
21. Muntele I., Iașu C., 2003, Geografia turismului. Concepte, metode și forme de manifestare spațio-temporală, Editura Sedcom Libris, Iași.
22. Neacșu N., Băltărețu Andreea, Neacșu Monica, Drăghilă Marcela, 2011, Resurse și destinații turistice interne și internaționale, Editura Universitară.
23. Neacșu N., Băltărețu Andreea, Neacșu Monica, 2014, Resurse și destinații turistice. Studii de caz, statistici, reglementări și documente O.M.T., Editura Pro Universitaria.
24. Neacșu N., Băltărețu Andreea, Neacșu Monica, Drăghilă Marcela, 2016, Resurse și destinații turistice în România, Editura Universitară.
25. Nistoreanu P., 2006, Ecoturism și turism rural, Editura ASE, București.
26. Nistoreanu P., 2005, Economia turismului – teorie și practică, Editura ASE, București.
27. Neguț S., 2003, Geografia turismului, Editura Universitară, București.
28. Page S.J., 2007, *Tourism Management*, Elsevier Ltd., Oxford.
29. Pender L., Sharpley R., 2005, *The Management of Tourism*, SAGE Publications Ltd, London.
30. Rotariu I., 2008, Dezvoltarea destinației turistice, Editura Alma Mater Sibiu, 2008.
31. Simoni Smaranda, Geografie economică, 2015, Editura Universității din Pitești.
32. Simoni Smaranda, 2017, Resurse și destinații turistice – suport de curs pentru învățământ frecvență redusă (suport electronic).
33. Stănculescu Gabriela, Micu Cristina, 2009, Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz, Editura C.H. Beck, București.
34. Țigu Gabriela (coordonator), 2008, Resurse și destinații turistice pe plan mondial, Editura Uranus, București.
35. Toma Smaranda, Resurse și destinații turistice, suport de curs pentru învățământ frecvență redusă (suport electronic), 2022.
36. Tribe J., 2006, *The economics of recreation, leisure and tourism*, Amsterdam, Elsevier.
37. *** International Tourism Overview. A Special Report from World Tourism Organization.
38. *** Tourism Market Trends, 2012, UNWTO.
39. *** Quickstart Guide to a Tourism Business, NEAP, 2008.
40. *** A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO, 2007.
41. *** A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO, 2007.
42. *** Yearbook of Tourism Statistics, 2012-2020, UNWTO.
43. *** Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, United Nations, 2015.
44. *** Tourism Highlights, UNWTO, 2020.
45. *** World Tourism Barometer, UNWTO, 2020.
46. *** The World Factbook, CIA, SUA, 2020.

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	RESURSELE TURISTICE: CONCEPT, ROL, TIPOLOGIE	2	Expunere Problematizare Exerciții de reflecție Dezbateri Explicație	Lucrul în echipă
2	DESTINAȚIA TURISTICĂ: DEFINIȚIE, TIPOLOGIE, COMPONENTE CONSIDERAȚII GENERALE PRIVIND MANAGEMENTUL DESTINAȚIILOR TURISTICE	2		Demonstrație cu ajutorul mijloacelor moderne audio-vizuale (scurte prezentări PowerPoint)
3	FENOMENUL TURISTIC – FAZELE DEZVOLTĂRII ȘI IMPUNERII TURISMULUI ÎN ECONOMIA MONDIALĂ	2		
4	RESURSELE TURISTICE NATURALE RESURSELE TURISTICE ANTROPICE RESURSELE UMANE DIN TURISM	2		Demonstrație cu ajutorul materialelor didactice specifice (anuale statistice, grafice)
5	MARILE REGIUNI ȘI DESTINAȚII TURISTICE	2		
6	ORGANIZAȚIILE DE MANAGEMENT AL DESTINAȚIEI COMPETITIVITATEA DESTINAȚIILOR TURISTICE	2		Prezentări proiecte
7	Evaluare finală	2		Studii de caz Teste de verificare

Bibliografie:

1. Laws, E., Richins, H., Agrusa, J., Scott, N., 2011, Tourist Destination Governance: Practice, Theory and Issues, CAB International.
2. Neacșu N., Băltărețu Andreea, Neacșu Monica, 2014, Resurse și destinații turistice. Studii de caz, statistici, reglementări și documente O.M.T., Editura Pro Universitaria.
3. Page S.J., 2007, Tourism Management, Elsevier Ltd., Oxford.
4. Simoni Smaranda, 2017, Resurse și destinații turistice – suport de curs pentru învățământ frecvență redusă (suport electronic).
5. Țigu Gabriela (coordonator), 2008, Resurse și destinații turistice pe plan mondial, Editura Uranus, București.
6. Toma Smaranda, Resurse și destinații turistice, suport de curs pentru învățământ frecvență redusă (suport electronic), 2022.
7. Tribe J., 2006, The economics of recreation, leisure and tourism, Amsterdam, Elsevier.
8. *** International Tourism Overview. A Special Report from World Tourism Organization.
9. *** Tourism Market Trends, 2012, UNWTO.
10. *** Quickstart Guide to a Tourism Business, NEAP, 2008.
11. *** A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO, 2007.
12. *** Yearbook of Tourism Statistics, 2012-2020, UNWTO.
13. *** Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, United Nations, 2015.
14. *** Tourism Highlights, UNWTO, 2020.
15. *** World Tourism Barometer, UNWTO, 2020.
16. *** The World Factbook, CIA, SUA, 2020.

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 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.

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 Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (45 minute): calitatea și coerența tratării subiectelor	30 %
10.5 Seminar față în față	• Prezență și activitate seminar – evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic, a prezenței 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	30%
	• Temă de casă (proiect) - participarea la realizarea și prezentarea proiectului	• Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	20%
10.6 Standard minim de performanță	- Achiziționarea cel puțin a competențelor: A1, A2, B2, C1. - Nota 5 la evaluarea finală.		

Data completării
15 septembrie 2022

Coordonator disciplină,
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

Director Centru IFR
Conf. univ. dr. Brutu Mădălina

FIȘA DISCIPLINEI

Turism internațional, pentru 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
1.7. Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei				<i>Turism internațional</i>						
2.2	Titularul activităților de curs (coordonator disciplină)										
2.3	Titularul activităților de seminar										
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	A

1. Timpul total estimat

3.1	Medie ore pe săptămână	3	3.2	din care A.I.	2	3.3	SF / L / P	1
3.4	Total ore din planul de înv.	42	3.5	din care A.I.	28	3.6	SF / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								
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/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități								2
3.7	Total ore studiu individual	58						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

3. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

4. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Materialul de studiu este realizat în tehnologia ID/IFR
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.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	Înțelegerea modului în care se desfășoară activitățile în cadrul turismului internațional
7.2. Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Înțelegerea rolului turismului internațional în economia mondială; 2. Cunoașterea structurii bazinelor ofertei turistice internaționale 3. Înțelegerea elementelor componente ale industriei turismului internațional 4. Cunoașterea structurii specifice industriei turismului și a intermediarilor din această industrie

	5. Deprinderea studenților cu metodele și instrumentele de analiză specifice spațiului turistic (indicatori turistici), cu etapele de elaborare și realizare a noilor proiecte, dar și cu soluțiile de stimulare a circulației turistice și de asigurare a integrării turismului în economia teritoriului. B. Obiective procedurale 1. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice acestei discipline; 2. Culegerea și prelucrarea de date din surse documentare alternative și din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor care influențează fenomenul turistic; 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. Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
U1	Introducere în turismul internațional - Definiții uzuale - Tipologia formelor de turism internațional - Factorii care influențează dezvoltarea turismului internațional - Tendințele înregistrate în evoluția turismului internațional	2	▪ Studiul individual	Suportul de curs proiectat în tehnologia ID/IFR disponibil studenților pe platforma de e-learning instituțională
U2	Organizarea și conducerea turismului la nivel internațional - Organizații internaționale de turism - Organizații guvernamentale și Organizații neguvernamentale - Tipologia organismelor centrale/naționale de conducere a activității turistice - Organisme naționale de conducere a turismului în principalele țări turistice ale lumii și în România - Forme de integrare în turismul internațional - Concentrarea activității turistice (pe orizontală; pe verticală și conglomeratul) - Gruparea activității turistice (Lanțul voluntar; Franciza și Asociațiile profesionale)	2		
U3	Componentele industriei turismului - Transportul și infrastructura - Cazarea și serviciile de ospitalitate - Sistemele de distribuție utilizate în turismul internațional - Rolul sectoarelor public și privat în turismul internațional - Rolul statului în turism (funcțiile promoțională, de stimulare, de intervenție și de coordonare)	2		
U4	Locul turismului internațional în circuitul economic mondial - Structura comerțului mondial - Turismul internațional în calitate de componentă a comerțului internațional - Analiza statistico-economică a industriei călătoriilor și turismului (dinamici și structuri)	2		
U5	Metodologia de măsurare a turismului internațional - Obiectivele, natura și condițiile elaborării indicatorilor turismului internațional - Caracteristicile și metodele de elaborare a indicatorilor turismului internațional - Sistemul de indicatori ce caracterizează turismul internațional	3		
U6	Piața turistică internațională - Definiții, caracteristici, componente - Cererea turistică internațională: concepte și definiții; motivații de călătorie în turismul internațional; bazele cererii turismului internațional și fluxuri turistice la nivel mondial, regional și național	3		

	- Oferta turistică la nivel internațional: definiții, componente, caracteristici - Ciclul de viață al unei oferte turistice - Bazele ofertei turistice internaționale			
U7	Transporturile turistice internaționale - Transporturile turistice aeriene: cursele de linie; cursele charter și politici ale autorităților aeronautice în domeniul transporturilor turistice aeriene - Transporturile turistice terestre: transporturile feroviare și transporturile rutiere - Transporturile turistice maritime și fluviale	3		
U8	Comercializarea produselor turistice la nivel internațional - Categoriile de contracte utilizate în turismul internațional - Protecția și securitatea turiștilor (mijloace de planificare a protecției și securității turiștilor și implicarea sectoarelor industriei turismului în protecția și securitatea turiștilor)	3		
U9	Finanțarea investițiilor turistice internaționale - Modalități de finanțare a investițiilor turistice: creditul, leasingul, acționariatul și coproprietatea - Aportul statului la finanțarea investițiilor turistice - Finanțarea internațională a investițiilor turistice	3		
U10	Operațiuni și instrumente de plată specifice turismului internațional - Cecul de călătorie (Traveler's Cheque) - Cartea de credit - Voucher-ul	3		
U11	Perspectivele turismului internațional - Globalizarea și implicațiile sale asupra turismului internațional - Perspectivele turismului internațional al României	2		

Bibliografie:

1. Andrei R., Copețchi M., Dragnea L., Manual de tehnici operaționale în activitate de turism, IRECSON, București, 2006.
2. Băc D.P., Turismul și dezvoltarea durabilă: realități, provocări, oportunități, Editura Economică, București, 2013.
3. Cooper C., Hall M., Contemporary Tourism, Butterworth Heinemann, 2008.
4. Ionciță Maria, Stănculescu Gabriela, Economia turismului și serviciilor, Editura Uranus, București, 2006.
5. Laws, E., Richins, H., Agrusa, J., Scott, N., Tourist Destination Governance: Practice, Theory and Issues, CAB International, 2011.
6. Leiper N., Tourism Management (3rd Ed.), Malaysia: Pearson Education Australia, 2004.
7. Page S.J., Tourism Management, Elsevier Ltd., Oxford, 2007.
8. Pender L., Sharpley R., The Management of Tourism, SAGE Publications Ltd, London, 2005.
9. Reisinger Yvette, International Tourism: Cultures and Behavior, Butterworth Heinemann, 2009.
10. Stănculescu Gabriela, Micu Cristina, Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz, Editura C.H. Beck, București, 2009.
11. Swarbrooke J., Horner Susan, Business Travel and Tourism, Butterworth Heinemann, 2001.
12. Tribe J., 2006, The economics of recreation, leisure and tourism, Amsterdam, Elsevier, 2006.
13. Wachowiak H., Tourism and Borders. Contemporary Issues, Policies and International Research, Ashgate, 2006.
14. *** Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, United Nations, 2015.
15. *** Tourism Highlights, UNWTO, 2017.
16. *** World Tourism Barometer, UNWTO, 2017.
17. *** Quick Start Guide to a Tourism Business, NEAP, 2006.
18. *** A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO, 2007.
19. *** International Tourism Overview. A Special Report from World Tourism Organization.
20. *** Tourism Market Trends, UNWTO 2012.
21. *** Yearbook of Tourism Statistics, UNWTO, 2017.
22. *** The World Factbook, CIA, SUA, 2017.
23. www.insse.ro, Anuarele Statistice ale României, capitolul 20: Turism, 2011-2016.
24. www.mdrt.ro, www.turism.gov.ro, Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1.	Prezentarea disciplinei, a obiectivelor, programarea și organizarea activităților și prezentarea modalităților de evaluare finală și pe parcursul semestrului	1	Expunere	Lucrul în echipă
2.	Studii de caz – organizații de turism la nivel internațional/ mondial, în Europa și România, America și Asia	2		Demonstrație cu ajutorul mijloacelor moderne audio-vizuale (scurte prezentări PowerPoint)
3.	Studii de caz – caracteristicile industriei turistice și a călătoriilor în țări cu tradiție și fără tradiție turistică	1		
4.	Studii de caz – competitivitatea internațională la nivel mondial, european și regional a unor destinații turistice	1		Demonstrație cu ajutorul materialelor didactice

5.	Studii de caz – finanțarea investițiilor în turism	1	Problematizare Exerciții de reflecție Dezbateri Explicație	specifice (anuale statistice, grafice) Prezentări proiecte Studii de caz Teste de verificare ▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet Platforma ZOOM
6.	Studii de caz – instrumente de plată utilizate în turismul internațional	1		
7.	Studii de caz – analiza pieței turistice internaționale	1		
8.	Studii de caz – transporturi turistice internaționale	1		
9.	Studii de caz – contracte în turismul internațional	1		
10.	Studii de caz – analiza evoluției și dezvoltării turismului pe plan mondial și național și discutarea factorilor determinanți în dezvoltarea acestui fenomen	1		
11.	Recapitulare	1		
12.	Evaluare finală	2		

Bibliografie:

1. Laws, E., Richins, H., Agrusa, J., Scott, N., Tourist Destination Governance: Practice, Theory and Issues, CAB International, 2011.
2. Neacșu N., Băltărețu Andreea, Neacșu Monica, Resurse și destinații turistice. Studii de caz, statistici, reglementări și documente O.M.T., Editura Pro Universitaria, 2014.
3. Page S.J., Tourism Management, Elsevier Ltd., Oxford, 2007.
4. Stănculescu Gabriela, Managementul operațiunilor din turism, Editura AllBeck, București, 2002.
5. *** Tourism Highlights, UNWTO, 2017.
6. *** World Tourism Barometer, UNWTO, 2017.
7. *** A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO, 2007.
8. *** Yearbook of Tourism Statistics, UNWTO, 2017.
9. *** The World Factbook, CIA, SUA, 2017.
10. www.insse.ro, Anualele Statistice ale României, capitolul 20: Turism, 2011-2016.
11. www.mdrt.ro, www.turism.gov.ro, Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026

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 Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluare scrisă în timpul semestrului;	20%
		Evaluare finală	30%
10.5 Seminar față în față	- prezență și participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea proiectelor.	Evaluarea răspunsurilor și intervențiilor studentului în activitățile de seminar	20%
		Evaluarea prezentării proiectelor	30%
10.6 Standard minim de performanță	Studentul face dovada stăpânirii unui minim de cunoștințe teoretice din turismului internațional cu care s-a operat pe parcursul semestrului.		

Data completării
15 septembrie 2022

Data aprobării în Consiliul departamentului,

30 septembrie 2022

Coordonator disciplină,

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

Titular de seminar,

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

Director Centru IFR
Conf. univ. dr. Brutu Mădălina

FIȘA DISCIPLINEI
Geopolitică
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
1.7	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Geopolitică
2.2	Titularul activităților de curs (coordonator disciplină)	
2.3	Titularul activităților de seminar	
2.4	Anul de studii	II
2.5	Semestrul	2
2.6	Tipul de evaluare	C
2.7	Regimul disciplinei	A

3. Timpul total estimat

3.1	Medie ore pe săptămână	3	3.2	din care A.I.	2	3.3	SF / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care curs	28	3.6	SF / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								
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/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități								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	cunoștințe de la disciplina Geografie Economică (studiată în anul I)
4.2	De competențe	capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Materialul de studiu este realizat în tehnologia ID/IFR
5.2	De desfășurare a laboratorului	- 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.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	- asimilarea unor informații, idei, teorii, concepte, modele, procese fundamentale pentru istoria geopolitică recentă, prin prisma activității ultimei generații de jucători geostrategici sau regionali în cadrul multilateral instituțional contemporan; - însușirea de către studenți a contribuțiilor principalelor școli de geopolitică (germană, franceză, anglo-saxonă și românească), cunoașterea evoluțiilor geopolitice și geostrategice în timpul Războiului Rece și în perioada post-Război Rece și identificarea tendințelor actuale de realiniere geopolitică pe plan mondial; - identificarea conceptelor și metodelor geopolitice de evaluare a evenimentelor și proceselor politice.
---------------------------------------	---

7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Explicarea, interpretarea și utilizarea adecvată a diferitelor concepte ale geopoliticii; 2. Familiarizarea studenților cu o serie de concepte extrem de vehiculate în prezent în mass-media și literatura științifică, inclusiv cea economică, absolut necesare pentru a înțelege mutațiile pe scena mondială, uneori foarte rapide și cu consecințe nefaste; 3. Utilizarea conceptelor geopolitice fundamentale în descrierea și explicarea genezei derulării unor evenimente și procese; 4. Aplicarea fundamentelor geopolitice în înțelegerea, analizarea și evaluarea organizării socio-politice. B. Obiective procedurale 1. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor geopolitice; 2. Utilizarea unor metode de autoevaluare a propriei activități de învățare. C. Obiective atitudinale 1. Respectarea normelor de deontologie profesională (a codului deontologic al economistului), fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în științele economice. 2. Cooperarea în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor sarcini de învățare; 3. Utilizarea unor metode specifice de elaborare a unui plan de dezvoltare personală și profesională.
---------------------------	---

8. Conținuturi

8.1. Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
U1	Introducere în geopolitică și geostrategie - Concepte geopolitice - Prezentarea relației dintre geopolitică, geografie, geografie politică, geostrategie și geoeconomie, a obiectului de studiu și a evoluției geopoliticii - Integrarea geopoliticii ca subdomeniu în ansamblul relațiilor internaționale - Perspectivă istorică asupra relațiilor internaționale și a societății internaționale - Puterea pe plan internațional	2	Studiu individual	Calculatorul (prezentare a în power – point)
U2	Școala geopolitică germană - Friedrich Ratzel; Rudolf Kjellén; - Geografia politică germană și instituționalizarea geopoliticii germane; - Karl Haushofer.	2		
U3	Școala geopolitică franceză - Principalii exponenți ai geografiei politice franceze; - Contribuția geografiei politice franceze la dezvoltarea geopoliticii și istoriografiei.	2		Prezentări în power-point
U4	Școala geopolitică anglo-saxonă - Alfred T. Mahan; - Frederick J. Turner; - Halford J. Mackinder; - Nicholas J. Spykman; - James Burnham; - Colin S. Gray; - Zbigniew Brzezinski.	2		Studii de caz
U5	Școala geopolitică românească - Principalii exponenți ai școlii românești de geopolitică; - Trăsături caracteristice ale școlii românești de geopolitică; - Contribuția istoriografiei la dezvoltarea geopoliticii în România.	2		Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
U6	Geostrategia Războiului Rece - „Acordul de procentaj” Churchill-Stalin - Relațiile postbelice de putere în concepția planificatorilor politici externe a marilor puteri; - Aliniamentele geostrategice ale epocii bipolare; - Strategii și repere ale evoluțiilor strategice în perioada Războiului Rece.	3		▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet
U7	Geopolitica în epoca globalizării - Geopolitica post-modernă - Școli de gândire privitoare la globalizare - Globalizarea, regionalizarea, glocalizarea și statul transnațional - Modele explicative post-Război Rece pentru lumea secolului XXI. - Sferele de influență – legătura dintre politic și economic	3		-Platforma ZOOM
U8	Regiuni cu relevanță geopolitică și geostrategică globală - Relația dintre securitatea energetică, geopolitica energiei și puterea militară;	3		

	- Regiunea Orientului Mijlociu extins; - Regiunea extinsă a Mării Negre; - Regiunea Mării Caspice; - Regiunea Caucazului de Sud și Asiei Centrale; - Regiunea Arctică.			
U9	Europa și geopolitica secolului XX - Valențele geopolitice ale extinderii Uniunii Europene; - Regiuni și state incluse în Politica Europeană de Vecinătate: Europa Răsăriteană, Sud-Estul Europei, Nordul Africii, Caucazul de Sud și Orientul Mijlociu	3		
U10	Scenarii ale evoluțiilor geopolitice și geostrategice pe plan mondial - Tendințe geopolitice și geostrategice; - Prognoze ale evoluției puterilor emergente; - Scenarii la orizontul anului 2025;	3		
U11	România și poziția sa geopolitică Metoda regionării cu aplicabilitate asupra statutului României de țară central-europeană aproape de Balcani	3		

Bibliografie

Aymeric C., Thual F., Dicționar de geopolitică, Grupul editorial Corint, București, 2003.
 Brzezinski Z., Marea tablă de șah. Supremația americană și imperiativele sale geostrategice, Editura Univers Enciclopedic, București, 2000.
 Brzezinski Z., The Choice: Global Domination or Global Leadership, Basic Books, New York, 2004.
 Buzan B., Popoarele, statele și teama, Editura Cartier, Chișinău, 2000.
 Claval P., Geopolitică și geostrategie. Gândirea politică, spațiul și teritoriul în secolul al XX-lea, Editura Corint, București, 2001.
 Cooper R., Destamarea națiunilor - geopolitica lumii secolului XXI, Editura Univers Enciclopedic Gold, 2007.
 Dobrescu P., Geopolitica, ediția a II-a, București, SNSPA, Comunicare.ro, 2008.
 Hirst P., Război și putere în secolul XXI, Editura Antet, București, 2001.
 Kahn S., Geopolitica Uniunii Europene, Editura Cartier, Chișinău, 2009.
 Kissinger H., Diplomația, Editura All, București, 1998.
 Morgan M.J., American Empire and the American Military, Armed Forces & Society, 2006.
 Neguț S., Geopolitica, Editura Meteor Press, București, 2008.
 Neguț S., Introducere în Geopolitică, Editura Meteor Press, București, 2005.
 Neguț S., Rusu V., Geopolitica latino-americană, Editura Meteor Press, București, 2012.
 Ó Thuathail G., Dalby S., Routledge P., The Geopolitics Reader, Routledge, London and New York, 1998.
 Pop A. (coord.), România și Republica Moldova între Politica Europeană de Vecinătate și perspectiva extinderii Uniunii Europene, Editura Universitară, București, 2010.
 Pop A., Geopolitica, Editura Sylvi, București, 2003.
 Serebrian O., Geopolitica spațiului pontic, Chișinău, Editura Cartier, 2006.
 Simileanu V., Sageata R., Geopolitica României, Editura Top Form, București, 2009.
 Wight M., Politica de putere, Editura Arc, Chișinău, 1998.
 Zielonka J., Europe as Empire: The Nature of the Enlarged European Union, Oxford University Press, Oxford, 2006.
 *** Puteri și influențe, Beaumarchais Center for International Research, Editura Corint, București, 2001.
 *** Global Trends 2025: A Transformed World, National Intelligence Council, U.S. Government Printing Office, Washington D.C., 2008.

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Geopolitica imperială Asemănări și diferențe între abordările geopolitice imperiale ale școlilor germană și anglo-saxonă	1	Expunere Problematizare Exerciții de reflecție Dezbateri Explicație Lucrul în echipă Prezentări proiecte Demonstrație cu ajutorul mijloacelor moderne audio-vizuale (scurte prezentări PowerPoint)	Resurse folosite: • 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	Europa și geopolitica secolului XX Poziția geopolitică a Uniunii Europene	2		
3	România –abordare în termeni geostrategici	1		
4	Geopolitica Franței. Constante și regularități	1		
5	Geopolitica germană.Tradiție și actualitate	1		
6	Geopolitica S.U.A. Accepții contemporane ale aplicării metodei dispozitivului geopolitic pentru S.U.A.	2		
7	N.A.T.O.	1		
8	Geopolitica Asiei	1		
9	Geopolitica Rusiei Rusia – un actor cheie Ideea imperială -Rossy	1		
10	Noua ordine economică - între regionalism și globalizare	2		
11	Petrolul și geopolitica. Islamul și geopolitica	1		

Bibliografie

Aymeric C., Thual F., Dicționar de geopolitică, Grupul editorial Corint, București, 2003.
 Brzezinski Z., The Choice: Global Domination or Global Leadership, Basic Books, New York, 2004.
 Claval P., Geopolitică și geostrategie. Gândirea politică, spațiul și teritoriul în secolul al XX-lea, Editura Corint, București, 2001.
 Cooper R., Destamarea natiunilor - geopolitica lumii secolului XXI, Editura Univers Enciclopedic Gold, 2007.
 Dobrescu P., Geopolitica, ediția a II-a, București, SNSPA, Comunicare.ro, 2008.
 Hirst P., Război și putere în secolul XXI, Editura Antet, București, 2001.
 Kahn S., Geopolitica Uniunii Europene, Editura Cartier, Chișinău, 2009.
 Morgan M.J., American Empire and the American Military, Armed Forces & Society, 2006.
 Negut S., Geopolitica, Editura Meteor Press, București, 2008.
 Pop A., Geopolitica, Editura Sylvi, București, 2003.
 Simileanu V., Sageata R., Geopolitica Romaniei, Editura Top Form, București, 2009.
 Zielonka J., Europe as Empire: The Nature of the Enlarged European Union, Oxford University Press, Oxford, 2006.
 *** Puteri și influențe, Beaumarchais Center for International Research, Editura Corint, București, 2001.
 *** Global Trends 2025: A Transformed World, National Intelligence Council, U.S. Government Printing Office, Washington D.C., 2008.

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 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.

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 Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (45 minute): calitatea și coerența tratării subiectelor	30 %
10.5 Seminar față în față	• 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.	• Testare	30%
	• Temă de casă (proiect) - participarea la realizarea și prezentarea proiectului.	• Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	20%
10.6 Standard minim de performanță	- Achiziționarea cel puțin a competențelor: A1, A2, A3, B2, C1. - Nota 5 la evaluarea finală.		

Data completării
15 septembrie 2022

Coordonator disciplină,

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

Director Centru IFR
Conf. univ. dr. Brutu Mădălina

FIȘA DISCIPLINEI
Limba străină pentru afaceri 4 – engleză, 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
1.7.	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Limba străină pentru afaceri 4 – engleză					
2.2	Titularul activităților de curs (coordonator disciplină)					-					
2.3.	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Smaranda TOMA					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	L

3. Timpul total estimat

3.1	Medie ore pe săptămână	2	3.2	din care A.I.	-	3.3	SF / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	28	3.5	din care A.I.	-	3.6	SF / L / P	28
Distribuția fondului de timp								ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								6
Documentare suplimentară în bibliotecă și pe platformele electronice de specialitate								6
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								6
Tutoriat								2
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	22						
3.8	Total ore pe semestru	50						
3.9	Număr de credite	2						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Nivel de competență lingvistică A1 – A2 conform Cadrului European Comun de Referință pentru Limbi.
4.2	De competențe	• Capacitatea de analiză și sinteză • Capacitatea de înțelegere și utilizare a limbajului și a conceptelor domeniului de studiu • Capacitatea de a utiliza inducția și deducția • Capacitatea de structurare și interpretare a informației • Capacitatea de gândire pragmatică și aplicativă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	-
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea sălii de seminar cu CD player - 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	
Competențe transversale	• CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă – 1 PC • 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	Parcurgerea acestui curs semestrial de limba străină îi va permite studentului: - Să dobândească competența necesară pentru a comunica, oral sau în scris, în contexte profesionale sau socioculturale diverse, prin mesaje cu grad de complexitate mediu;
---------------------------------------	---

	- Să-și dezvolte strategii de învățare individuale în vederea ameliorării propriei competențe lingvistice, inclusiv plurilingvă, în funcție de nevoile specifice, prin munca în echipă sau în autonomie; - Să-și identifice și să utilizeze instrumentele lingvistice esențiale profesiei pentru care se pregătesc prin programul de studii urmat; - Să-și aprofundeze noțiunile fundamentale despre civilizația britanică și europeană și cultura antreprenorială - Să conștientizeze aspectul diferențelor culturale reflectate în limbă și a impactului acestora în interacțiunile profesionale.
7.2 Obiectivele specifice	• Dezvoltarea și consolidarea unui vocabular economic prin abordarea unor texte specializate; • Dezvoltarea și consolidarea mecanismelor gramaticale specifice textelor economice; • Sistematizarea cunoștințelor teoretice și practice în scopul decodării unui text de specialitate; • Familiarizarea studenților cu elemente lingvistice intratextuale caracteristice complexității discursului economic, a structurilor semantice și funcțiilor categoriilor de texte amintite; • Dezvoltarea capacității de identificare a termenilor și structurilor care trimit spre concepte particulare ale domeniului, al căror ancodaj / decodaj contextualizat impune consultarea specialistului din domeniul economic.

8. Conținuturi

8.1. Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Travel and Tourism	4	Studiul individual	CD Player Tabla Videoproiector Calculator platformă e-learning (chat, forum) E-mail ▪ Suplimentar, pentru orele desfășurate online: - Platforma e-learning - Conexiune internet Platforma ZOOM
2	Insurance	3		
3	Business Letters	3		
4	The Employment File	3		
5	The Interview Strategy	3		
6	Giving Presentations and Conducting Meetings	3		
7	Presentation Tools	3		
8	Interpreting Visuals. Describing Graphs and Charts	4		
9	Evaluare finală	2		

Bibliografie:

1. Ashley, A., 2003, Oxford Handbook of Commercial Correspondence (New Edition), Oxford University Press.
2. Bantaș, A., Năstăsescu Violeta, 2000, Dicționar economic, Editura Niculescu, București.
3. Barghiel, V. et al., 2003, English for Business Administration, Editura Economică, București.
4. Chiriacescu, Adriana et.al., 2002, Corespondență de afaceri în limbile română și engleză, Editura Teora, București.
5. Duckworth, M., 2003, Business Grammar and Practice, Oxford University Press.
6. Gibson, R., 2002, Intercultural Business Communication, Oxford University Press.
7. Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty, 2014, Business Result. Intermediate. (B1) Student's Book. Oxford University Press.
8. Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty, 2014, Business Result. Intermediate. (B1) Audio CDs (2). Oxford University Press.
9. Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty, 2014, Business Result. Pre-Intermediate. (A2) Student's Book. Oxford University Press.
10. Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty, 2014, Business Result. Pre-Intermediate. (A2) Audio CDs (2). Oxford University Press.
11. Iarovici, Edith, Mareș, Liliana, 1993, Lecții de limba engleză pentru nivel avansat și mediu, Editura Teora.
12. Ilinca, Cristina, 2017, English for Business Communication, Editura Universității din Pitești.
13. Jones, L., Alexander, A., 1989, International Business English, Cambridge, Cambridge University Press.
14. Lewis-Schätz, Sarah, Süchting, Dorte, 2006, Engleza de afaceri, Editura Niculescu, București.
15. Littlejohn, A., 2005, Business Correspondence, Fourth Edition, Cambridge University Press.
16. Loughed, L., 2002, Business Correspondence – Low Intermediate Business Correspondence, Second Edition, Prentice Hall.
17. Marcheteau, M., Berman, J.P., Savio, M, 2006, Engleza comercială, Editura Niculescu, București.
18. Mackenzie, Ian, 2011, Professional English in Use Management. Cambridge University Press.
19. Mackenzie, Ian, 2016, Professional English in Use, Finance. Cambridge University Press.

20. Mincă, Nicoleta, Simoni, Smaranda, Maciu, Andreea, 2017, Business English, Editura Universitatii din Pitesti, Editia a II-a.
21. Morris, Catrin, 2012, Flash on English for Tourism, ELI, ESP Series.
22. Prelipceanu, Cristina et al., 2004, English for Tourism and Hospitality Industry, Editura Universitară, București.
23. Prodromou, Luke, Bellini, Lucia, 2012, Flash on English for commerce, ELI, ESP Series.
24. Ștefan, Rodica, Pricope, Mihaela, Beldea, Elena, 2001, Go Ahead-English Course for Business Studies, Editura Fundației "România de Măine", București.
25. Toma Smaranda, Mincă Nicoleta, 2022, Limbă engleză pentru afaceri (4) – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă, Pitești, format electronic disponibil pe platforma informatică.
26. Tuck, A., 1993, Oxford Dictionary of Business English, Oxford University Press.
27. <http://www.thefreedictionary.com/>
28. <http://iate.europa.eu/>
29. www.collinsdictionary.com
30. <http://learnenglish.britishcouncil.org/>

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 Activități de autoinstruire, echivalent ore curs de la forma IF			
10.5 Seminar față în față	- prezența și participarea activă la seminar - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea	<i>Evaluare formativă, în timpul semestrului.</i> - prezența și participarea activă la seminar - test semestru - temă de casă <i>Evaluare sumativă, la sfârșitul semestrului.</i>	30% 30% 30% 10%
10.6 Standard minim de performanță	Stăpânirea noțiunilor fundamentale aferente tematicii abordate și capacitatea de a le exprima în limba engleză.		

Data completării
15 septembrie 2022

Coordonator disciplină,
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

Director Centru IFR
Conf. univ. dr. Brutu Mădălina