

FIȘA DISCIPLINEI
Dreptul afacerilor, 2018-2019

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei					Dreptul afacerilor						
2.2 Titularul activităților de curs					Lect. univ. dr. Lavinia OLAH						
2.3 Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Adriana PÎRVU						
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	Număr de ore pe săptămână	2	3.2	din care curs	1	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	28	3.5	din care curs	14	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								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	- Dotarea sălii de curs cu video-proiector
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Prezentarea proiectului

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; - Capacitatea de identificare și realizare a diferitelor categorii de profesioniști; - 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. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	INTRODUCERE ÎN STUDIUL DREPTULUI 1.1. Noțiuni generale 1.2. Definiția dreptului 1.3. Diviziunea dreptului 1.4. Izvoarele dreptului afacerilor	2	Prelegere Dezbateri/ Jocuri de rol Utilizare facilități platformă e- learning (chat, forum) E-mail Consultații	<i>Prezentarea în power –point Suport de curs Materiale elaborate cu studii de caz</i>
2	NOȚIUNI GENERALE DE DREPT CIVIL CU RELEVANȚĂ ÎN DREPTUL AFACERILOR 2.1. Raportul juridic 2.2. Subiectele raportului juridic 2.3. Obiectul raportului juridic 2.4. Conținutul raportului juridic 2.5. Actul juridic civil	4		
3	NOȚIUNI ESENȚIALE ÎN MATERIE 3.1. Faptele de comerț 3.2. Profesioniștii 3.3. Întreprinderea 3.4. Obligații profesionale ale comercianților 3.5. Fondul de comerț	4		
4	CATEGORII DE PROFESIONIȘTI 4.1. Persoana fizică autorizată să desfășoare activități economice 4.2. Societățile comerciale 4.3. Organizațiile cooperatiste 4.4. Liber profesioniști	4		
Bibliografie 1. Andreea Tabacu, Andreea Drăghici, Dreptul afacerilor. Curs pentru studenții facultăților de științe economice, Editura Sitech, Craiova, 2013 2. Ciprian Păun, Dreptul afacerilor. Teoria. Profesioniștii. 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 - dezbateri - lucru în echipa	<i>Prezentarea în power –point Articole disponibile online Studii de caz 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 1. Andreea Tabacu, Andreea Drăghici, Dreptul afacerilor. Curs pentru studenții facultăților de științe economice, Editura Sitech, Craiova, 2013 2. Ciprian Păun, Dreptul afacerilor. Teoria. Profesioniștii. 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 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare finală.	50 %
10.5 Seminar	- participarea activă la seminar, implicarea în rezolvarea studiilor de caz; - corectitudinea utilizării terminologiei juridice; - coerența logică a prezentării; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog. - Prezentarea liberă a proiectului; - Chestionare orală sub formă de dialog.	10% 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
18 septembrie 2018

Titular de curs,
Lect. univ. dr. Lavinia OLAH

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Adriana PÎRVU

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Marketing, 2018-2019

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei												Marketing			
2.2 Titularul activităților de curs												Conf. univ. dr. Duțu Amalia			
2.3 Titularul activităților de seminar												Dr. Ec. Brânzea 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	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								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	- Dotarea sălii de curs cu video-proiector
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Prezentarea proiectului

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. <u>B. Obiective procedurale</u> 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. <u>C. Obiective atitudinale</u> Respectarea normelor de deontologie ale profesiilor aferente domeniului marketing; Comunicare și colaborare în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor sarcini de serviciu.
--	---

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Ce este marketingul? (Principalele aspecte ale marketingului; Apariția și dezvoltarea marketingului; Definirea marketingului; Evoluția marketingului; Funcțiile marketingului).	2	Prelegere Studii de caz Dezbatere/ Jocuri de rol Utilizare facilități platformă e- learning (chat, forum) E-mail Consultații	<i>Prezentarea în power –point</i> <i>Suport de curs</i> <i>Materiale elaborate cu studii de caz</i> <i>Articole publicate la nivel internațional ca suport de analiză și dezbateri</i> <i>Acces internet</i>
2	Marketingul ca filozofie de afaceri (Conceptul modern de marketing; Orientări 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		
3	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		
4	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		
5	Cercetări de marketing (Definire și domenii de aplicare, Măsurarea și scalarea, Metode de cercetare, Analiza informațiilor de marketing).	3		
6	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).	3		
7	Politica de preț (Obiectivele politicii de preț; Efectele structurii pieței asupra prețului; Metode de stabilire a prețurilor; Strategii de preț).	3		
8	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		
9	Politica de promovare (Obiectivele politicii de promovare; Tipologia tehnicilor de promovare; Mix-ul promoțional; Strategii de promovare).	3		
10	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)*, 2016.
3. 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
4. Mihai Diaconescu, *Marketing*, Editura Universitară, 2014
5. Meghișan Gheorghe, Diaconu Mihaela, Nistorescu Tudor, Crăciun Liviu, *Marketing- manual universitar pentru IFR*, Editura Universitară, Craiova, 2009
6. Pandelică Amalia – *Implementarea orientării către piață. Ghid de proiect*, suport electronic, 2010.
7. Pandelică Amalia – *Marketing – teorie și practică. Curs pe suport electronic*, 2010.
8. Pandelică Amalia – *Proiectarea unei cercetări selective de piață. Ghid de proiect*, suport electronic, 2009.

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Furnizarea informațiilor privind criteriile de evaluare / Furnizarea informațiilor privind bazele metodologice de realizare a proiectelor.	2	- dialogul - dezbateri - lucru în echipă	Prezentarea în power –point Articole disponibile online Studii de caz Ghid proiect
2	Marketingul ca filozofie de afaceri: studiu de caz, temă de lucru pentru echipe în cadrul seminarului.	2		
3	Mediul de marketing: studiu de caz, joc de rol.	2		
4	Segmentarea-Țintirea-Poziționarea: studiu de caz.	2		
5	Cercetări de marketing: utilizarea metodelor de cercetare, experimentul de marketing.	2		
6	Cercetări de marketing: Prezentare proiecte	4		

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)*, 2016.
3. 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
4. Mihai Diaconescu, *Marketing*, Editura Universitară, 2014
5. Meghișan Gheorghe, Diaconu Mihaela, Nistorescu Tudor, Crăciun Liviu, *Marketing- manual universitar pentru IFR*, Editura Universitaria, Craiova, 2009
6. Pandelică Amalia – *Implementarea orientării către piață. Ghid de proiect*, suport electronic, 2010.
7. Pandelică Amalia – *Marketing – teorie și practică. Curs pe suport electronic*, 2010.
8. Pandelică Amalia – *Proiectarea unei cercetări selective de piață. Ghid de proiect*, suport electronic, 2009
9. 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: Universitate din Pitești evaluează periodic gradul de satisfacție al reprezentanților angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenți.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare finală.	50 %
10.5 Seminar	-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
24 septembrie 2018

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

Titular de seminar,
Dr. Ec. Brânzea Mihaela

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Econometrie, 2018-2019

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei				Econometrie						
2.2	Titularul activităților de curs				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	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	1	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care curs	14	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								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	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector - Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart și cretă / marker
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.

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 procedurilor 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. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Modelarea economică a fenomenelor și proceselor economice 1.1. Modelarea economică: 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 economică	1	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic ▪ exercițiul	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
2	Modelul și modelarea economică 2.1. Modelul și modelarea economică 2.2. Tipologia și dinamica modelelor. 2.3. Covarianță. Coeficient de corelație. Coeficient de determinație	1		
3	Testarea ipotezelor statistice 3.1. Noțiuni generale privind testarea ipotezelor statistice 3.2. Verificarea ipotezelor statistice 3.3. Câteva exemple de ipoteze statistice testate	2		
4	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	4		
5	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		
6	Modelarea econometrică a seriilor de timp 6.1. Modelarea econometrică a seriilor de timp 6.2. Exemple	2		
7	Modele econometrice de analiză micro și macroeconomice 7.1. Modele econometrice de analiză microeconomice 7.2. Modele econometrice de analiză macroeconomice	1		
Bibliografie 1. Săvoiu G.– <i>Econometrie</i> , Editura Universitară, București, 2011 2. Necșulescu C. – <i>Econometrie- suport de curs pentru IFR</i> (suport electronic), 2017 3. Necșulescu C. – <i>Econometrie</i> , Editura UPIT, 2011 4. Săvoiu G., Necșulescu C. – <i>Econometrie</i> , Editura Universitară, București, 2010 5. Andrei Tudorel, Regis Bourbonnais – <i>Econometrie</i> , Ed. Economica, București, 2008. 6. Vergil Voieagu, Emilia Țițan, Radu Șerban, Simona Ghiță, Daniela Todose, Cristina Boboc, Daniel Pele – <i>Teoria și practica econometrică</i> , Ed. Economică, București, 2007.				
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		În cadrul primei întâlniri se stabilesc obligațiile de seminar ale

2	Modelul și modelarea econometrică, specificitate și tipologie, evoluția și perisabilitatea modelului econometric	1	- dialog - exercițiu - studiu de caz - testare	studentilor 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.
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 de caz) – Testare*	6		
8	Studiul modelului când ipotezele clasice asupra erorilor nu sunt realizate. Autocorelarea, heterodasticitatea și multicolaritatea. (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. Săvoiu G.– <i>Econometrie</i>, Editura Universitară, București, 2011 2. Necșulescu C. – <i>Econometrie</i>- suport de curs pentru IFR (suport electronic), 2017 3. Necșulescu C. – <i>Econometrie</i>, Editura UPIT, 2011 4. Săvoiu G., Necșulescu C. – <i>Econometrie</i>, Editura Universitară, București, 2010 5. Andrei Tudorel, Regis Bourbonnais – <i>Econometrie</i>, Ed. Economica, București, 2008. 6. Vergil Voieagu, Emilia Țițan, Radu Șerban, Simona Ghiță, Daniela Todose, Cristina Boboc, Daniel Pele – <i>Teoria și practica econometrică</i>, Ed. Economică, București, 2007.				

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 Curs	- 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 Seminar/ Laborator	- Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. - Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii. - Tema de casă - se vor rezolva două studii de caz cu estimări si parametri reali incluzând controlul si interpretarea rezultatelor.	Soluții oferite la studii de caz și aplicații și expunerea liberă a studentului sau scurta referire la o tema econometrică (concepută 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 - Participarea individuală sau în echipă la realizarea și prezentarea temei de casă (două studii de caz) Evaluarea celor două studii de caz	50% din care: 10% 20% 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
23 septembrie 2018

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Tehnici comerciale, anul universitar: 2018 - 2019

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei					Tehnici comerciale						
2.2 Titularul activităților de curs					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	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de inv.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								12
Pregătire seminarii/proiecte, 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, 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	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector - Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului/proiectului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii/ proiecte - 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 – 2 PC C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 1 PC C.4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea 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, dezbatere, 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. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	CADRUL CONCEPTUAL AL TEHNICILOR COMERCIALE 1.1. Conceptul de tehnică comercială 1.2. Rolul tehnicilor comerciale în dezvoltarea comerțului	2	▪ prelegerea ▪ exemplificarea ▪ expunerea cu material suport ▪ explicația ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power – point)</i> ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
2	ABORDĂRI TEHNOLOGICE ÎN COMERCIALIZAREA MĂRFURILOR 2.1. Aria de atracție comercială 2.2. Localizarea punctului de vânzare 2.3. Asortimentul de mărfuri și servicii 2.4. Categori fundamentale de puncte de vânzare	6		
3	TEHNOLOGIA AMENAJĂRII MAGAZINULUI 3.1. Designul unui magazin 3.2. Amenajarea suprafeței comerciale a magazinului 3.3. Implantarea raioanelor de vânzare 3.4. Fluxul de circulație în interiorul magazinului	8		
4	TEHNICI DE PREZENTARE A MĂRFURILOR ÎN MAGAZIN 4.1. Expunerea mărfurilor în interiorul magazinului 4.2. Etalarea mărfurilor în vitrine 4.2. Tehnici de publicitate la locul de vânzare	6		
5	TEHNOLOGIA AMENAJĂRII DEPOZITELOR 5.1. Amplasarea depozitelor de mărfuri 5.2. Dimensionarea depozitelor 5.3. Amenajarea interioară a depozitului	6		

Bibliografie

1. Cohuț Pop Ioana (coord.), Catană Adina, *Tehnologie, organizare și amenajare în comerț*, Editura Universității din Oradea, 2010
2. Corodeanu Daniela, *Merchandising. Teorie, metode și instrumente pentru eficientizarea punctului de vânzare*, Editura Tehnopress, 2008
3. Costandache Mihaela, Ionescu A., *Tehnici comerciale*, Editura Pro Universitaria, București, 2012
4. Criveanu Ion, *Economia comerțului*, Editura Universitaria, Craiova, 2013
5. Dominique Mouton, Gauderique Paris, *Practica merchandisingului. Spațiul de vânzare. Oferta de produse. Comunicarea la locul de vânzare*, Editura Polirom, Iași, 2009
6. Gyula-Laszlo Florian, *Creșterea competitivității firmelor prin raționalizarea vânzărilor*, Editura ASE, București, 2014
7. King George, *Secretele vânzării. Cum să vinzi în orice situație*, Editura Curtea Veche Publishing, București, 2012
8. Meghișan Flaviu, *Economie comercială*, Editura Universitaria, Craiova, 2013
9. Teau Anca Mihaela, *Tehnologii comerciale. Teorie și teste grilă*, Editura Pro Universitaria, București, 2013
10. Venduvre Frederic, Beaupre Phillipe, *Cum să câștigi noi clienți. Prospectarea comercială eficientă*, Editura Polirom, Iași, 2008

8.2. Aplicații: Seminar / Proiect		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	Expunere Problematizare Exerciții de reflecție Dezbateră Explicație	Lucrul în echipă Prezentări proiecte Calcule economice Studii de caz Teste de verificare
2.	Metode de determinare a ariei de atracție comercială	6		
3.	Punctul de vânzare. Mărimea și structura asortimentului de mărfuri	4		
4.	Evaluare periodică	2		
5.	Metode de dimensionare a raioanelor. Indicatori de analiză privind fluxul clienților în spațiul de vânzare	6		
6.	Evaluarea gradului de utilizare a spațiului magazinului	2		
7.	Metode de etalare a mărfurilor în vitrine și rafturi	4		
8.	Evaluare finală	2		

Bibliografie:

1. 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. Gyula-Laszlo Florian, *Creșterea competitivității firmelor prin raționalizarea vânzărilor*, Editura ASE, București, 2014
4. King George, *Secretele vânzării. Cum să vinzi în orice situație*, Editura Curtea Veche Publishing, București, 2012
5. Meghișan Flaviu, *Economie comercială*, Editura Universitaria, Craiova, 2013
6. Teau Anca Mihaela, *Tehnologii comerciale. Teorie și teste grilă*, Editura Pro Universitaria, București, 2013

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 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluare finală	30%
10.5 Seminar / Proiect	- participarea activă la seminar / proiect, rezolvarea studiilor de caz;	Evaluarea răspunsurilor și intervențiilor studentului în activitățile de seminar / proiect	10%
	- evaluare periodică;	Evaluare scrisă în timpul semestrului.	30%
	- 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 disciplinei și a particularităților utilizării principalelor tehnici comerciale.		

Data completării
19 septembrie 2018

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Economia turismului, anul universitar: 2018 - 2019

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

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

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								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	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector - Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. 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 studierea 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	A. Obiective cognitive 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. B. Obiective procedurale 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. <u>C. Obiective atitudinale</u> 1. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în turism. 2. Valorificarea propriului potențial prin realizarea cercetării de grup sau individuală în analiza și previziunea fenomenului turistic; 3. Manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de rolul și importanța turismului în activitatea economică și socială.
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Coordonate istorice și conceptuale ale turismului 1.1. Turismul – activitate economico-socială 1.2. Factorii de influență ai dezvoltării turismului 1.3. Mecanisme de orientare a fluxurilor turistice	2	▪ prelegerea ▪ exemplificarea ▪ expunerea cu material suport ▪ explicația ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power – point)</i> ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
2	Potențialul turistic 2.1. Conținutul și structura potențialului turistic 2.2. Potențialul turistic al României	2		
3	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	2		
4	Circulația turistică 4.1. Forme de turism 4.2. Metodologia de măsurare a circulației turistice	2		
5	Piața turistică 5.1. Particularitățile și structura pieței turistice 5.2. Cererea turistică 5.3. Oferta turistică 5.4. Baza materială a turismului	4		
6	Serviciile turistice 6.1. Particularitățile serviciilor turistice 6.2. Criteriile de clasificare a serviciilor turistice 6.3. Serviciile de agrement	2		
7	Resursele umane în turism 7.1. Caracteristicile muncii în turism 7.2. Indicatorii ocupării forței de muncă în turism 7.3. Evoluția și structura forței de muncă în turism	2		
8	Transporturile turistice 8.1. Transporturi turistice rutiere 8.2. Transporturi turistice feroviare 8.3. Transporturi turistice aeriene 8.4. Transporturi turistice maritime și navale 8.5. Transporturi turistice durabile	4		
9	Eficiența economică și socială a turismului 9.1. Conținutul eficienței în turism 9.2. Sistemul de indicatori ai eficienței economice în turism 9.3. Eficiența socială în turism	4		
10	Evoluții și tendințe ale turismului european 10.1. Dinamica turismului european receptor și emițător 10.2. Evoluția fluxurilor turistice către și dinspre România	2		
11	Coordonate și estimări ale turismului internațional 11.1. Indicatorii circulației turistice 11.2. Evoluția turismului internațional 11.3. Organizații internaționale implicate în dezvoltarea turismului internațional 11.4. Instrumente de măsurare a volumului turismului internațional	2		

Bibliografie

- Băltărețu Andreea Mihaela, *Economia industriei turistice*, Editura Universitară, 2016.
- Bădulescu, Alina, Băc, Dorin; *Economia turismului*, Editura Universității din Oradea, 2007
- Coros, Monica Maria, *Managementul cererii și ofertei turistice*, Editura C.H. Beck, 2015.
- Dinu Mihaela, *Journal of Tourism Challenges & Trends*, Editura Universitară, București, 2016
- Ielnicz, Mihai, Comănescu, Laura, *România – Potențial turistic*, Editura Universitară, București, 2009.
- Jelev Viorica, *Turism internațional*, Editura România de Măine, 2012.
- Nistoreanu, Puiu, Ghereș, Mihaela (coordonatori), *Turism rural. Tratat*. Editura C.H. Beck, București, 2010.
- Micu Cristina, *Economia turismului - suport de curs pentru învățământul frecvență redusă* (pe suport electronic), 2016
- Micu Cristina, *Dezvoltarea turismului durabil. Modelarea factorilor de influență.*, Editura Uranus, București, 2013.
- Pavel Stanciu, *Piața turistică. Relațiile ofertă-cerere și fundamentarea strategiilor de dezvoltare*, Editura Economică, 2016.
- Rotariu, Ilie, *Dezvoltarea destinației turistice*, Editura Alma Mater Sibiu, 2008.
- Stănculescu, Gabriela, Micu, Cristina, *Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz*, Editura C.H. Beck, București, 2009.
- Stănculescu, Gabriela, Micu, Cristina, *Economia turismului - Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă*, Editura Universității din Pitești, București, 2009.
- Slusariuc, Gabriela Corina, *Economia turismului*, Editura Universitas, Petroșani, 2015.
- Turcu Daniela, Wiesz Janeta, *Economia turismului*, Editura Eurostampa, Timișoara, 2008
- Timothy Lee, Stănculescu, Gabriela, *Special interest tourism for community benefits*, 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	2	Expunere Problematizare Exerciții de reflecție Dezbateri Explicație	Lucrul în echipă Prezentări tema de casă Calcule economice Studii de caz Teste de verificare
2.	Elasticitatea cererii pentru turism	1		
3.	Funcția turistică	2		
4.	Calculul principalilor indicatori ce caracterizează circulația turistică	3		
5.	Caracteristicile pieței turismului. Determinarea orientării fluxurilor turistice	2		
6.	Organizarea turismului – Studii de caz	2		
7.	Indici de sezonabilitate. Coeficientul de concentrare Gini	4		
8.	Serviciile turistice – Studii de caz	2		
9.	Caracterizarea muncii și a metodelor de ocupare a forței de muncă în turism	2		
10.	Indicatorii eficienței activității turistice	4		
11.	Fișă de prezentare a unei stațiuni turistice	2		
12.	Evaluare finală	2		

Bibliografie:

- Băltărețu Andreea, *Evoluții și tendințe în turismul internațional. Aspecte teoretice și practice*, Editura Pro Universitaria, 2009.
- Dridea Catrinel Raluca, *Agrementul și animația în turism. Studii de caz*, Editura Pro Universitaria, 2016.
- Jelev, Viorica, *Turism internațional*, Editura România de Măine, București, 2012.
- Micu Cristina, *Dezvoltarea turismului durabil. Modelarea factorilor de influență*, Editura Uranus, București, 2013.
- Micu Cristina, *Economia turismului - suport de curs pentru învățământul frecvență redusă* (pe suport electronic), 2016
- Neacșu Nicolae, Băltărețu Andreea, Neacșu Monica, Drăghilă Marcela, *Resurse și destinații turistice în România*, Editura Universitară, 2016.
- Stănculescu, Gabriela, Micu, Cristina, *Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz*, Editura C.H. Beck, București, 2009.
- Stănculescu, Gabriela, Micu, Cristina, *Economia turismului - Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă*, Editura Universității din Pitești, București, 2009.
- www.turism.gov.ro
- www.insse.ro
- www.europa.eu
- www.world-tourism.org
- http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/studies_and_publications.htm

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 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluare finală	30%
10.5 Seminar	- participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - evaluare periodică; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă.	Evaluarea răspunsurilor și intervențiilor studentului în activitățile de seminar.	10%
		Evaluare scrisă în timpul semestrului.	30%
		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
18 septembrie 2018

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Limba străină pentru afaceri 3 – engleza
2018-2019

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Limba străină pentru afaceri 3 – Engleza					
2.2	Titularul activităților de curs					-					
2.3	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Cristina ILINCA					
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	Număr de ore pe săptămână	2	3.2	din care curs	-	3.3	<u>S</u> / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	28	3.5	din care curs	-	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								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

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 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. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Business management: defining management, SWOT analysis, the business plan, management styles, modern management theory.	3	Expunerea cu material suport Explicația Exemplificarea Dialogul Conversația euristică	CD Player Tabla Videoproiector Calculator platformă e-learning (chat, forum) E-mail Materialului didactic este divizat în unități de studiu, care facilitează învățarea graduală și structurată
2	E-business: successes and failures; current trends, marketing and advertising strategies.	3		
3	Investments. Stock Markets.Trading stocks and shares. Effects of investments	3		
4	Leadership and group dynamics: team-building, conflict management, motivation, negotiating styles, project management, time management	3		
5	Evaluare parțială	2		
6	Job satisfaction: motivation, training, self-developement and assessment	3	Expunerea cu material suport Explicația Exemplificarea Dialogul Conversația euristică	CD Player Tabla Videoproiector Calculator platformă e-learning (chat, forum) E-mail Materialului didactic este divizat în unități de studiu, care facilitează învățarea graduală și structurată
7	Organizational culture: definitions, characteristics, development	3		
8	Business ethics: external factors, standards, ethics and value, ethical issues	3		
9	Tourism, Promotion and Marketing: types of tourism organisations, promotion, e-marketing.	3		
10	Evaluare finală	2		

Bibliografie:

- Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty. Business Result. Intermediate. (B1) Student's Book. Oxford University Press. 2014
- Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty. Business Result. Intermediate. (B1) Audio CDs (2). Oxford University Press. 2014
- Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty. Business Result. Pre-Intermediate. (A2) Student's Book. Oxford University Press. 2014
- Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty. Business Result. Pre-Intermediate. (A2) Audio CDs (2). Oxford University Press. 2014
- Ilinca, Cristina, English for Business Communication, Editura Universitatii din Pitesti, 2017
- Mackenzie, Ian. *Professional English in Use Management*. Cambridge University Press. 2011
- Mackenzie, Ian. *Professional English in Use, Finance*. Cambridge University Press. 2016
- Mincă, Nicoleta, Simoni, Smaranda, Maciu, Andreea, Business English, Editura Universitatii din Pitesti, editia a II-a, Pitești, 2017
- Morris, Catrin, *Flash on English for Tourism, ELI, ESP Series, 2012*
- Prodromou, Luke, Bellini, Lucia, *Flash on English for commerce, ELI, ESP Series, 2012*

Sitografie :

<http://www.thefreedictionary.com/>
<http://iate.europa.eu/>
www.collinsdictionary.com
<http://learnenglish.britishcouncil.org/>

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

Competențele dobândite la disciplină permit absolvenților să lucreze folosind limba engleză în domeniul aferent programului de studii *ECONOMIA 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 Curs			
10.5 Seminar	- participarea activă la seminar - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă.	<i>Evaluare formativă, în timpul semestrului.</i> - 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
18 septembrie 2018

Titular de curs,
-

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

Director de departament,
(prestator)
Conf. univ. dr. Laura Cițu

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

FIȘA DISCIPLINEI

Limba străină pentru afaceri 3 - Franceză, anul universitar 2018-2019

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei											
2.1		Denumirea disciplinei				Limba străină pentru afaceri 3 - Franceză					
2.2		Titularul activităților de curs				-					
2.3.		Titularul activităților de seminar				Conf. univ. dr. Ana-Marina Tomescu					
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	Număr de ore pe săptămână	2	3.2	din care curs	-	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	28	3.5	din care curs	-	3.6	S / 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

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	Parcursarea 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 franceză și europeană - 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. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	La politique économique de l'UE	2	- Lectura dirijată	Fișe de lucru, tablă / flipchart și cretă / marker; casetofon/ laptop/ mp3 player pentru audiții
2	La politique monétaire de l'UE	2	- Ascultare suport audio/	
3	Le taux de chômage en France	2	- Conversația	
4	Les différents prélèvements obligatoires: la France	2	- Traducerea / versiunea	
5	Les différents prélèvements obligatoires: les pays occidentaux	2	- Exerciții de lexic	
6	Test	2		
7	L'importance et l'évolution des finances locales	2	- Lectura dirijată	Fișe de lucru, tablă / flipchart și cretă / marker; casetofon/ laptop/ mp3 player pentru audiții
8	Les comptes et les financiers sont recherchés	2	- Ascultare suport audio/	
9	Les banques françaises	2	- Conversația	
10	BNP Paribas	2	- Traducerea / versiunea	
11	Vente et marketing, quelle différence?	2	- Exerciții de lexic	
12	L'achat et la vente d'espace publicitaire	2		
13	Les douanes	2		
14	Evaluation finale	2		

Bibliografie:

BASSI, C, CHAPSAL, A-M., 2015, *Diplomatie.com*, CLE International
 BLOOMFIELD, A., TAUZIN, B., 2011, *Affaires à suivre*, Hachette, Paris
 CAILLAUD, C., 2013, *Modèles de lettres indispensables pour l'entreprise*, Éd. Nathan Prometis
 CHERIFI, S., GIRARDEAU, B., MISTICHELLI, B., 2014, *Travailler en français «en entreprise» A2/B1 livre + CD audio rom*, Didier
 CILIANU-LASCU, C.; COICULESCU, A.; CHIȚU L.; FĂGUREL, O., 2010, *Mots et expressions – discours en économie*, București, Ed. Teora
 CLOOSE, Éliane, 2014, *Le français du monde du travail - Approche spécifique de l'économie et du monde des affaires*, Presses Universitaires de Grenoble
 CONSTANTINESCU, I., 2014, *Le français des affaires*, București, Ed. Milena Press
 DELACOURT, F., 2006, *Le français des affaires*, Paris, De Vecchi
 DUBOIS, A-L., 2011, *Objectif express 1*, Hachette, Paris
 DUBOIS, A-L., 2014, *Objectif express 2*, Hachette, Paris
 GRUNEBERG, A., B. Tauzin, 2011, *Comment vont les affaires*, Paris, Hachette
 HENNY, F., 2009, *Communiquons par l'écrit*, ASSAP

LORENTZ, M.A., 2013, *Le français du management. Créer une entreprise*, București, Ed. ASE
 PENFORNIS, J.-L., 2011, *Français.com*, Paris, CLE International
 PERRAT, P., 2014, *Les règles d'or de l'écriture en entreprise. Réussir vos mails, newsletters, comptes rendus, rapports, communiqués de presse*, L'Étudiant
 SAVIN, V., C. – A. Savin, 2012, *Dictionar francez-român (administrativ, comercial, economic, financiar-bancar, juridic)*, Cluj-Napoca, Ed. Dacia Educațional
 TOADER, M., 2012, *Le français des affaires*, Cluj-Napoca, PUC
 TOMESCU, M., 2011, *Le français économique et administratif*, Ed. Pygmalion, Pitești
 TOMESCU, M., 2010, *Le français économique pour l'enseignement à distance*, Ed. Universității din Pitești (suport electronic)
 TOMESCU, M., 2017, *Le Français du monde du travail et des affaires*, Editura Universității din Pitești (suport electronic)
 WILLIAMS, S., N., – MCANDREW, Cazorla, 2007, *Franceza pentru oameni de afaceri*, București, Ed. Teora

Revues :
 - *Expansion, Capital, Action commerciale, Le nouvel économiste, Revue d'économie politique*

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

Prin nivelul de limbă dobândit la finalul cursului, studentul poate să înțeleagă ideile principale din texte complexe pe teme concrete și abstracte, inclusiv în discuții tehnice din specialitatea sa. Poate să comunice cu un anumit grad de spontaneitate și de fluentă cu un vorbitor nativ. Poate să acționeze și să execute sarcini profesionale, în mediul din specialitatea sa, pe baza comunicării lingvistice. Poate să utilizeze limba cu eficacitate în viața socială, profesională sau academică.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs			
10.5 Seminar	- participarea activă la seminar - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă.	<i>Evaluare formativă, în timpul semestrului.</i> - participarea activă la seminar 20% - test semestru 30% - temă de casă. 20% <i>Evaluare sumativă, la sfârșitul semestrului.</i>	30%
10.6 Standard minim de performanță	Aproprierea noțiunilor fundamentale abordate		

Data completării
22 septembrie 2018

Titular de curs,
-

Titular de seminar,
Conf. univ. dr. Ana-Marina Tomescu

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

Director de departament,
(prestator)
Conf. univ. dr. Laura Cîțu

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

FIȘA DISCIPLINEI
Educație fizică, 2018-2019

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

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					EDUCAȚIE FIZICĂ					
2.2	Titularul activităților de curs					-					
2.3	Titularul activităților de seminar					Asist. univ. dr. VIȘAN Paul Florinel					
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	Număr de ore pe săptămână	1	3.2	din care curs	-	3.3	<u>S</u> / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învă.	14	3.5	din care curs	-	3.6	<u>S</u> / 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	
5.2	De desfășurare a seminarului	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

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. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	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 predate, susținerea testărilor inițiale; Jocuri pe spații reduse de 2x2, 3x3, 4x4, 5x5, Fotbal, Tenis, Badminton	4	conversația, demonstrația, observația	
2	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	conversația, demonstrația, exersarea, observația, imitația, modelarea	
3	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 cu schimbarea direcției: cu trecerea mingii prin spate, cu fiecare mână, aruncările la poarta de pe loc,	4	conversația, demonstrația, exersarea, observația, imitația, modelarea	

	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 poarta sau pasarea mingii; Acțiuni tactice individuale de apărare: marcajul între atacant și poarta; 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.			
4	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	Metode - practice, intuitive, verbale și evaluative	
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. Oprîș Florentina, (2012), <i>Sport, Dietă & Vedete</i>, Editura Litera, București. Stoica Alina, (2014), <i>Gimnastică aerobă, Fundamente teoretice și practico-metodice</i>, Editura Brend, București. 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 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 Curs			
10.5 Seminar	- participarea activă la seminar, - gradul de încadrare în cerințele impuse; - gradul de însușire a competențelor testate la evaluarea parțială.	Activitate seminar Testare 1 Testare 2 Evaluare finală	10 30 30 30
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
26 septembrie 2018

Titular de curs,
-

Titular de seminar,
Asist. univ. dr. VIȘAN Paul Florinel

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

Director de departament,
(prestator)
Prof. univ. dr. Marian Crețu

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

FIȘA DISCIPLINEI

Comerț electronic, Anul universitar 2018 – 2019

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. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei					Comerț electronic						
2.2 Titularul activităților de curs											
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	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de înv.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								14
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								1
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								1
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, Informatică economică, Cultură antreprenorială și Marketing, discipline studiate în anul I
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

4. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector
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 – 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> - Respectarea normelor de deontologie profesională (a codului deontologic), fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în comerț electronic; - Cooperarea în echipe de lucru pentru eficientizarea activității de comerț electronic; - Evitarea anumitor erori în activitatea de comerț electronic; - Urmărirea corectă a etapelor derulării tranzacțiilor electronice.
----------------------------	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Particularități și evoluții ale comerțului electronic contemporan	4	▪ prelegerea ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic ▪ exercițiul ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul</i> <i>(prezentarea în power –point)</i>
2	Adaptarea comerțului la economia digitală. Cum să construiești afaceri profitabile printr-un marketing de clasă mondială	4		
3	Poziționarea comerțului ca factor determinant în economia digitală. Cum să ne adaptăm la noua eră a comerțului electronic	4		
4	Profituri și creștere prin înnoirea pieței	4		
5	Proiectarea activităților de comerț electronic	4		
6	Crearea platformelor competitive	4		
7	Controlul și evaluarea rezultatelor în comerțul electronic	4		

Bibliografie

1. Canton James - „Provocările viitorului. Principalele tendințe care vor reconfigura lumea în următorii 5, 10, 20 de ani”, Editura Polirom, Iași, 2010
2. Carroué Laurent, Collet Didier - „La mondialisation contemporaine. Rapports de force et enjeux”, Éditions Bréal, 2013
3. Friedman George - „Următorul deceniu. De unde venim...și încotro ne îndreptăm”, Editura Litera, București, 2011
4. Friedman Milton, Friedman Rose - „Libertatea de a alege. O declarație personală”, Ed. Publica, București, 2009
5. Gamble Paul R., Tapp Alan, Marsella Anthony, Stone Merlin - „Revoluția în marketing. O abordare radicală pentru o afacere de succes”, Editura Polirom, Iași, 2008
6. Gueutin Claire-Agnès - „L'essentiel de l'économie internationale”, Ellipses, France, 2013
7. Kotler Philip - „Kotler despre marketing. Cum să creăm, cum să câștigăm și cum să dominăm piețele”, Editura Brandbuilders, București, 2003
8. Kotler Philip, Jain Dipak, Maesincee Suvit - „Marketingul în era digitală. O nouă viziune despre profit, creștere și înnoire”, Editura Meteor Press, București, 2009
9. Kotler Philip, Kartajaya Hermawan, Setiawan Iwan - „Marketing 3.0. De la produs la consumator și la spiritul uman”, Editura Publica București, 2010
10. Krugman Paul - „End this depression, Now !”, Ed. Melrose Road Partners, 2012
11. Krugman Paul, Maurice Obsfeld, Marc Melitz, 9-e édition - „Économie internationale”, Pearson Education France, 2012
12. Meghișan Flaviu – Comerț electronic – manual universitar pentru IFR, (suport electronic), Pitești, 2017
13. Mercier Samuel - „L'éthique dans les entreprises”, Troisième Edition, Collection Repères, Éditions La Découverte, Paris, 2014
14. Pine B. Joseph II, Gilmore James H. - „Economia Experienței. Orice afacere e o scenă și tot ceea ce faci e un spectacol”, Editura Publica, București, 2010
15. Porter Michael - „Despre concurență”, Editura Meteor Press, București, 2008
16. Stiglitz Joseph E. - „În cădere liberă. America, piața liberă și prăbușirea economiei mondiale”, Ed. Publica, București, 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
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. Akerlof George A., Shiller Robert J. - „*Spirite animale. Despre felul în care psihologia umană influențează economia și ce înseamnă asta pentru capitalismul global*”, Editura Publica, București, 2010
2. Ariely Dan - „*Irațional în mod previzibil: forțele ascunse care ne influențează deciziile*”, Editura Publica, București, 2010
3. Canton James - „*Provocările viitorului. Principalele tendințe care vor reconfigura lumea în următorii 5, 10, 20 de ani*”, Editura Polirom, Iași, 2010
4. Friedman George - „*Următorul deceniu. De unde venim...și încotro ne îndreptăm.*”, Editura Litera, București, 2011
5. Kotler Philip - „*Kotler despre marketing. Cum să creăm, cum să câștigăm și cum să dominăm piețele*”, Editura Brandbuilders, București, 2003
6. Kotler Philip, Jain Dipak, Maesincee Suvit - „*Marketingul în era digitală. O nouă viziune despre profit, creștere și înnoire*”, Editura Meteor Press, București, 2009
7. Kotler Philip, Kartajaya Hermawan, Setiawan Iwan - „*Marketing 3.0. De la produs la consumator și la spiritul uman*”, Editura Publica București, 2010
8. Krugman Paul - „*End this depression, Now !*”, Ed. Melrose Road Partners, 2012
9. Krugman Paul, Maurice Obsfeld, Marc Melitz, 9-e édition - „*Économie internationale*”, Pearson Education France, 2012
10. Lindstrom Martin - „*Buyology*”, Editura Publica, București, 2011
11. Meghișan Flaviu - „*Strategii concurențiale de marketing*”, Editura Universitaria, Craiova, 2007
12. Meghișan Flaviu – Comerț electronic – *manual universitar pentru IFR*, (suport electronic), Pitești, 2017

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 specifice mediului de afaceri însușite la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților comunității epistemice/academice din domeniul științelor economice;
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniul economic.

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

10. Evaluare:

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală	30 %
10.5 Seminar	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar, 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 electronic
------------------------------------	--

Data completării
24 septembrie 2018

Titular de curs,

Titular de seminar,

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

Director de departament,
(beneficiar),
Conf. Univ. Dr. Mihai Daniela

FIȘA DISCIPLINEI

Comerț internațional

Anul universitar 2018 – 2019

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

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

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studii 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								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								1
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	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector
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 – 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> - Respectarea normelor de deontologie profesională (a codului deontologic), fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în comerț internațional; - Cooperarea în echipe de lucru pentru eficientizarea activității de comerț internațional; - Evitarea anumitor erori în activitatea de comerț internațional; - Urmărirea corectă a etapelor derulării tranzacțiilor internaționale.

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Comerțul internațional, vehicul esențial al economiei internaționale. Structura schimburilor internaționale. Provocările dezvoltării durabile și limitele unei lumi durabile.	4	▪ prelegerea ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic ▪ exercițiul ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul</i> <i>(prezentarea în power –point)</i>
2	Cauzele comerțului internațional și câștigul din comerț. Teorii clasice și moderne privind comerțul internațional.	4		
3	Situația curentă și perspectivele comerțului internațional. Forțele puternice care ținesc Pământul.	4		
4	Politici comerciale internaționale. Comerț liber versus protecționism.	4		
5	Abordări strategice ale internaționalizării. Strategii comerciale internaționale. Companiile Multinaționale și Comerțul Internațional.	4		
6	Balanța de plăți. Contul venitului național și tabloul general al balanței de plăți.	4		
7	Planificarea, organizarea și controlul operațiunilor de comerț internațional.	4		

Bibliografie

1. Burciu Aurel (coordonator) - „Tranzacții comerciale internaționale”, Editura Polirom, Iași, 2010
2. Canton James - „Provocările viitorului. Principalele tendințe care vor reconfigura lumea în următorii 5, 10, 20 de ani”, Editura Polirom, Iași, 2010
3. 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 – manual universitar pentru IFR, (suport electronic), Pitești, 2016

13. Porter Michael - „Despre concurență”, Editura Meteor Press, București, 2008				
14. Roubini Nouriel, Mihm Stephen - „Economia crizelor. Curs – fulger despre viitorul finanțelor”, Editura Publica, București, 2010				
15. Schumpeter Joseph A. - „Poate supraviețui capitalismul? Distrugerea creatoare și viitorul economiei globale”, Editura Publica, București, 2011				
16. Starobin Paul - „Sfârșitul secolului american și noile puteri mondiale”, Editura Litera, București, 2011				
17. 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.	Organizația Mondială a Comerțului și limitele sale.	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
2.	Comerț internațional și marketing internațional în firma dvs.	2		
3.	Era firmei multinaționale. Avantajul concurențial al firmei internaționale.	4		
4.	Inovațiile, schimbările tehnologice și globalizarea, determinanți ai dezvoltării comerțului.	4		
5.	Comerț liber sau protecționism? Regionalizare versus globalizare.	4		
6.	Investițiile străine directe și multinaționalele. Opțiuni strategice ale multinaționalelor.	4		
7.	Producția și schimbul la cei trei poli. Evoluție și tendințe.	2		
8.	Administrarea operațiunilor de comerț internațional. Politici de promovare și de stimulare a exportului	4		
9.	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 – manual universitar pentru IFR, (suport electronic), Pitești, 2016				
7. Roubini Nouriel, Mihm Stephen - „Economia crizelor. Curs – fulger despre viitorul finanțelor”, Editura Publica, București, 2010				
8. Starobin Paul - „Sfârșitul secolului american și noile puteri mondiale”, Editura Litera, București, 2011				
9. Stiglitz Joseph E. - „În cădere liberă. America, piața liberă și prăbușirea economiei mondiale”, Editura Publica, București, 2010				

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori 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 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală	30 %

10.5 Seminar	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar, 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
24 septembrie 2018

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

Director de departament,
(beneficiar),
Conf. Univ. Dr. Mihai Daniela

FIȘA DISCIPLINEI

Marketing în comerț, turism și servicii, Anul universitar 2018 – 2019

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. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					Marketing în comerț, turism și servicii					
2.2	Titularul activităților de curs										
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	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								14
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								1
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								1
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, discipline studiate în anul I
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

4. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector
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 – 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	A. Obiective cognitive 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. B. Obiective procedurale - 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; 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. Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1 Bunuri materiale și servicii – analiză comparativă. Civilizația și calitatea serviciilor	2	▪ prelegerea ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic ▪ exercițiul ▪ dezbaterile cu oponent imaginar	<i>calculatorul</i> <i>(prezentarea în power –point)</i>
2 Marketingul actual, ca mod de gestionare a unor relații profunde cu clienții. Marketingul holistic al serviciilor	4		
3 Planificarea și strategia de marketing, pentru edificarea relațiilor cu clienții. Strategii pentru produs, preț, serviciu și promovarea mărcii. Strategii pentru dezvoltarea noilor produse prin prisma ciclului de viață	4		
4 Maximizarea potențialului de marketing al firmelor de servicii. Identificarea oportunităților de piață și elaborarea ofertelor de valoare pentru piețe țintă. Segmentare, țintire și poziționare pentru crearea relațiilor potrivite cu clienții potriviți	4		
5 Canalele de marketing și managementul lanțului ofertei în comerț, turism și servicii	4		
6 Comunicațiile de marketing integrate în comerț, turism și servicii	4		
7 Managementul informațiilor de marketing. Scopul? Obținerea, retenția și creșterea cumpărătorilor	4		
8 Inițiative ale firmelor în direcția unui marketing responsabil social	2		

Bibliografie

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

8.2. Aplicații: Seminar	Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1. Comportamentul consumatorului de servicii	4		În cadrul acestei ședințe se
2. Reacții ale firmei la evoluția mediului de marketing	4		

3.	Particularități ale mixul de marketing în comerț, turism și servicii	4	Dialogul; conversația euristică; dezbateri	stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării Referatul, fișa didactică
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. Gîrboveanu Sorina, Crăciun Liviu, Meghișan Flaviu, Barbu Cătălin - „Marketing în Comerț, Turism și Servicii”, Editura Universității din Pitești, 2009
2. Meghișan Flaviu - „Consumatorul. De la teorie la practică”, Editura Universitaria, Craiova, 2010
3. Meghișan Flaviu - „Economie Comercială”, Editura Universitaria Craiova și ProUniversitaria București, 2013
4. Meghișan Flaviu - „etică în afaceri”, Editura Sitech, Craiova, 2016
5. Meghișan Flaviu – Marketing în comerț, turism și servicii – manual universitar pentru IFR, (suport electronic), Pitești, 2017
6. Mlodinow Leonard - „Subliminal. Cum ne determină inconștientul comportamentul”, Editura Humanitas, București, 2013
7. Pine B. Joseph II, Gilmore James H. - „Economia Experienței. Orice afacere e o scenă și tot ceea ce faci e un spectacol”, Editura Publica, București, 2010
8. Solomon Michael, Tissier – Desbordes Elisabeth, Heilbrunn Benoît - „Comportement du consommateur”, 6e édition, Pearson Education Inc./Prentice Hall, 2005
9. Trevisani Daniele - „Psihologia marketingului și a comunicării”, Editura Irecson, București, 2007

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 specifice mediului de afaceri înșușite la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților comunității epistemice/academice din domeniul științelor economice;
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniul economic.

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

10. Evaluare:

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală	30 %
10.5 Seminar	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar, 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 marketingului și a particularităților în comerț, turism și servicii		

Data completării
24 septembrie 2018

Titular de curs,

Titular de seminar,

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

Director de departament,
(beneficiar),
Conf. Univ. Dr. Mihai Daniela

FIȘA DISCIPLINEI
Economie comercială
2018 – 2019

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

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

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								20
Tutorat								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	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector
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.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. Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1 Comerțul și știința economică. Evoluția, locul și rolul comerțului în activitatea economică și socială.	2		
2 Cererea și oferta de mărfuri	4		
3 Prețul, factor de echilibru între cerere și ofertă	4	▪ prelegerea ▪ exemplificarea	
4 Distribuția mărfurilor	4	▪ organizatorul grafic	
5 Organizarea activității de depozitare. Atributele punctului de vânzare.	3	▪ exercițiul	
6 Promovarea comercială.	3	▪ dezbateră cu oponent imaginar	
7 Contingența dintre forța de vânzare și activitatea comercială.	4		
8 Eficiența socială a activității comerciale. Responsabilitatea și etica corporativă.	4		
Bibliografie			
1. Canton James - „Provocările viitorului”, Editura Polirom, Iași, 2010 2. Costandache Mihaela, Ionescu A., <i>Tehnici comerciale</i>, 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, <i>Creșterea competitivității firmelor prin raționalizarea vânzărilor</i>, 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), 2017 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	În cadrul acestei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează

2.	Influențele factorilor economici, demografici și psihologici asupra cererii și a ofertei de mărfuri	4	euristică; dezbateri	criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării Referatul, fișa didactică
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., *Tehnici comerciale*, Editura Pro Universitaria, București, 2012
2. Criveanu Ion - „*Economia Comerțului*”, Editura Universitaria, Craiova, 2010
3. Florian Gyula-Laszlo, *Creșterea competitivității firmelor prin raționalizarea vânzărilor*, 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), 2017
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 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală	50 %
10.5 Seminar	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea temei de casă	10% 10% 30%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea principalelor concepte utilizate în economia comercială		

Data completării
22 septembrie 2018

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Economia serviciilor, 2018-2019

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					Economia serviciilor					
2.2	Titularul activităților de curs					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	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de înv.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								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	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector - Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart și cretă / marker
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

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	A. Obiective cognitive 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. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Conținutul, caracteristicile și tipologia serviciilor 1.1. Conceptele de serviciu și sector terțiar 1.2. Caracteristicile serviciilor 1.3. Tipologia serviciilor	4	▪ prelegerea ▪ expunerea cu material suport ▪ explicația ▪ dezbateră cu oponent imaginar	calculatorul (prezentări în power –point)
2	Locul și rolul serviciilor în economie 2.1.Sectorul serviciilor: dimensiuni și interdependențe 2.2. Rolul serviciilor în dezvoltarea economico-socială	4		
3	Piața serviciilor 3.1. Caracteristicile pieței serviciilor 3.2. Intervenția statului și tendințe de liberalizare în sectorul serviciilor 3.3. Raporturi între piața serviciilor și piața bunurilor	4		
4	Oferta, cererea și tarifele pentru servicii 4.1. Oferta de servicii 4.2. Cererea de servicii 4.3. Tarifele pentru servicii	4		
5	Servicii pentru întreprinderi și servicii pentru populație 5.1. Servicii pentru întreprinderi 5.2. Servicii pentru populație	4		
6	Resursele umane și materiale în sectorul terțiar 6.1. Resursele umane în sectorul terțiar 6.2. Resursele materiale în sectorul terțiar	4		
7	Eficiența economică și socială a serviciilor 7.1. Conținutul și particularitățile eficienței în sfera serviciilor 7.2. Criterii de evaluare, indicatori de exprimare și căi de creștere a eficienței.	4		
Bibliografie				
1. Andreiana Violeta Andreea, Bădicu Georgiana Daniela, <i>Economie în servicii</i>, Editura Pro Universitaria, București, 2017 2. Bodescu Dan, <i>Economia serviciilor. Sinteze și aplicații</i>, Editura “Uon Ionescu de la Brad”, Iași, 2012 3. Criveanu Ion – <i>Economia serviciilor</i>, Editura Sitech, Craiova, 2009 4. Ionașcu Viorica, Drăguț Bogdănel, Danelescu Dominic - <i>Economia serviciilor. Teorie și aplicații</i>. Editura Pro Universitaria, București, 2013 5. Ioncică Maria – <i>Economia serviciilor. Abordări teoretice și implicații practice</i>, Editura Uranus, București, 2006 6. Ioniță Roxana, <i>Economia serviciilor. Manual de studiu individual</i>, Editura Pro Universitaria, București, 2012 7. Maniu Cristina, <i>Economia serviciilor în epoca contemporană</i>, Editura Universitară, București, 2010 8. Maniu Laura Cristina, Zaharia Marian, Stan Roxana Elena, <i>Economia serviciilor și globalizarea</i>, Editura Universitară, București, 2013 9. Maxim Olga Irina, <i>Economia serviciilor</i>, Editura Universității Aurel Vlaicu, Arad, 2011 10. Miculescu Corina, <i>Economia serviciilor. Manual de studiu individual</i>, Editura Eurostampa, Timișoara, 2012 11. Soca Diana, <i>Piața mondială a serviciilor</i>, Editura Universitară, București, 2010 12. Turtureanu Anca Gabriela, <i>Economia serviciilor</i>, Editura Fundației Academice Danubius, Galați, 2008 13. Tuță Loredana, <i>Economia serviciilor – suport de curs pentru învățământul frecvență redusă (pe suport electronic)</i>, 2016 14. Zaharia Marian, Stan Roxana, Vădineanu Cristina, Busuioc Marian, <i>Economia serviciilor</i>, ediția a II-a, Editura Universitară, București, 2007				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate. distribuirea temelor de casă	2		

2	Caracteristicile și tipologia serviciilor	2	- dialogul - dezbateri lucru în echipă - conversația euristică	Studii de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
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 întreprinderi 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, *Economia serviciilor. Sinteze și aplicații*, Editura "Ion Ionescu de la Brad", Iași, 2012
2. Ionică Maria, Popescu Delia, Păduren Mihaela, Brîndușoiu Cătălina – *Economia serviciilor. Probleme aplicative*, Editura Uranus, București, 2006
3. Ioniță Roxana, *Economia serviciilor. Manual de studiu individual*, Editura Pro Universitaria, București, 2012
4. Miculescu Corina, *Economia serviciilor. Manual de studiu individual*, Editura Eurostampa, Timișoara, 2012
5. Militaru Gheorghe, *Managementul serviciilor*, Editura C.H. Beck, București, 2010
6. Turtureanu Anca Gabriela, *Culegere de întrebări, teste și probleme pentru seminarul de economia serviciilor*, Editura Fundației Academice Danubius, Galați, 2008
7. Tuță Loredana, *Economia serviciilor – suport de curs pentru învățământul frecvență redusă* (pe suport electronic), 2016
8. Untaru Elena Nicoleta, *Economia serviciilor. Aplicații, proiecte, studii de caz*, Editura Universității din Brașov, 2012
9. www.insse.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: Universitate din Pitești evaluează periodic gradul de satisfacție al reprezentanților angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenți.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore)	50%
10.5 Seminar	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminar. • 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
19 septembrie 2018

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii
2018 – 2019

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

Kommentar [m1]: Fostele facultati**Kommentar [m2]:** In care se afla si programul de studiu IF**Kommentar [m3]:** Identic cu FD zi**Kommentar [m4]:** Identic cu FD zi**2. Date despre disciplină**

2.1	Denumirea disciplinei					Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii					
2.2	Titularul activităților de curs					Prof. univ. dr. Mihaela DIACONU					
2.3	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Cristina MICU					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

Kommentar [m5]: denumirea programului de studiu și calificarea conform COR ISCO 08, disponibilă pe site-ul Ministerului Muncii, Familiei, Protecției Sociale și Persoanelor Vârstnice la adresa: <http://www.mmuncii.ro/j33/index.php/ro/2014-domenii/munca/c-o-r/20-munca/c-o-r/46-cor-isco-08>.

Kommentar [m6]: O – obligatorie, A – opțională, L – liber aleasă.**Kommentar [m7]:** Se adună toate orele de mai jos**ATENȚIE: REPARTIZAREA DE MAI JOS SE FACE IDENTIC CU FD ZI****3. Timpul total estimat**

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								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 (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	69						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

Kommentar [m8]: se determină prin însumarea Total ore din planul de învățământ (3.4) cu Total ore studiu individual (3.7); valoarea obținută corespunde unui nr. total de ore pe semestru = 25 × nr. credite acordate disciplinei

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	- Dotare a sălii de curs cu videoprojector - Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.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	A. Obiective cognitive - 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 B. Obiective procedurale - 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. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Serviciile și rolul lor în cadrul economiei naționale	2	▪ prelegerea ▪ exemplificarea ▪ dialogul ▪ expunerea cu material suport ▪ dezbateră cu oponent imaginar	calculatorul (prezentarea în power –point)
2	Principalii agenți economici din domeniul turismului și comerțului	2		
3	Specificul procesului de creare și livrare a serviciului	4		
4	Coordonatele activității psihofuncționale a organizației prestatoare de servicii	2		
5	Locul și rolul managerului în administrarea întreprinderii de comerț, turism servicii	2		
6	Managementul strategic al activităților de comerț, turism, servicii	4		
7	Orientarea spre client, obiectiv prioritar al administrării întreprinderii de comerț, turism, servicii și modalități de fidelizare a clientelei	4		
8	Calitatea în servicii – preocupare permanent a organizațiilor prestatoare de servicii	4		
9	Aspecte esențiale ale gestionării resursei umane angrenată în activități de comerț, turism, servicii; relația satisfacția clientului-satisfacția personalului angajat	2		
10	Performanțele economico-financiare ale activității unităților prestatoare de servicii și planificarea financiară	2		
Bibliografie				
1. Băcanu Bogdan- <i>Management strategic în turism</i>, Editura Polirom, Iași, 2009 2. Diaconu Mihaela, Micu Cristina-<i>Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii</i>, Editura Universității din Pitești, 2010, curs pentru IFR 3. Diaconu Mihaela - <i>Management, marketing în servicii</i>, Editura Independenta Economica, Pitesti, 2007 4. Drăghici Constantin, Mihai Daniela- <i>Curs de management al activității de comerț, turism și servicii turistice</i>, Editura SITECH, 2007 5. Lupu Nicolae- <i>Hotelul economie și management</i>, ed a Iva,Editura C.H.Beck, 2010 6. Militaru G-<i>Managementul serviciilor</i>,Editura C.H.Beck, 2010 7. Nedelea Alexandru, Epure Dănuț, Tiberiu-<i>Strategii de dezvoltare a firmelor din comerț, turism, servicii</i>, Editura Muntenia 2008 8. Rusu Sergiu, <i>Antreprenoriat în turism și industria ospitalității</i>, Editura C.H. Beck, București, 2014 9. Stănculescu Gabriela, Micu Cristina, <i>Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație</i>, 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- studii de caz	4	- dialogul - dezbateră - lucru în echipa - conversația euristică	Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului, Studii de caz, Fascicule din lucrarea practică
2	Implicațiile caracteristicilor serviciilor asupra activității actorilor din piața serviciilor- studii de caz	4		
3	Manageri de elită și afaceri de succes în comerț, turism , servicii- studii de caz	4		
4	Poziționarea, diferențierea, tangibilizarea serviciilor-activități fundamentale ale strategiei organizației prestatoare de servicii- studii de caz agenție de turism, unitate bancară, unitate sanitară, unitate de învățământ etc.	4		
5	Tehnici de investigare a gradului de satisfacție a clienților	4		
6	Gestionarea resursei umane în organizații prestatoare de servicii; relația satisfacția clientului - satisfacția personalului angajat - studiu de caz	4		

Kommentar [m9]: Bibliografia recomandată în Fișa disciplinei va conține obligatoriu "Note de curs" ale titularului disciplinei, precum și lucrări de referință în domeniul respectiv publicate în ultimii 10 ani, disponibile în biblioteca Universității din Pitești sau online.

7	Analiza gestionării resurselor financiare și a performanțelor economico-financiare în organizații din comerț, turism, servicii - studiu de caz	4		
Bibliografie 1. Băcanu Bogdan - Management strategic în turism, Editura Polirom, Iași, 2009 2. Diaconu Mihaela, Micu Cristina - Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii, Editura Universității din Pitești, 2010, curs pentru IFR 3. Diaconu Mihaela - Management, marketing în servicii, Editura Independenta Economica, Pitesti, 2007 4. Drăghici Constantin, Mihai Daniela - Curs de management al activității de comerț, turism și servicii turistice, Editura SITECH, 2007 5. Lupu Nicolae - Hotelul economie și management, ed a Iva, Editura C.H.Beck, 2010 6. Militaru G. - Managementul serviciilor, Editura C.H.Beck, 2010 7. Nedelea Alexandru, Epure Dănuț Tiberiu - Strategii de dezvoltare a firmelor din comerț, turism, servicii, Editura Muntenia 2008 8. Rusu Sergiu - Antreprenoriat în turism și industria ospitalității, Editura C.H. Beck, București, 2014 9. Stănculescu Gabriela, Micu Cristina - Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație, Editura C.H.Beck, 2012				

Kommentar [m10]: Bibliografia recomandată în Fișa disciplinei va conține obligatoriu "Note de curs" ale titularului disciplinei, precum și lucrări de referință în domeniul respectiv publicate în ultimii 10 ani, disponibile în biblioteca Universității din Pitești sau online.

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 administrarea afacerilor din domeniul comerțului, turismului, serviciilor vor satisface așteptările reprezentanților angajatorilor din domeniul economic
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților mediului de afaceri

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate	Evaluare scrisă finală Test de verificare	50% 10%
10.5 Seminar	- capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate; - capacitatea de aplicare în practică	Lucrări scrise: teme, proiecte	40%
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 organizare a activităților în cadrul organizațiilor din turism, servicii.		

Kommentar [m11]: Exemple de standarde minime de performanță ce pot fi particularizate potrivit specificului disciplinei:
-Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific de specialitate;
-Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei și explicarea interdependențelor dintre ele;
-Aplicarea achizițiilor în oferirea unor exemplificări, în realizarea de analize, în rezolvarea unor exerciții, probleme, în susținerea unor argumentări;
-Etc.

Data completării
15 septembrie 2018

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Analiza strategică a mediului concurențial în comerț, turism și servicii
 anul universitar: 2018 – 2019

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei				Analiza strategică a mediului concurențial în comerț, turism și servicii						
2.2	Titularul activităților de curs				Conf. univ. dr. Daniela MIHAI						
2.3	Titularul activităților de seminar				Conf. univ. dr. Daniela MIHAI						
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	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	1	3.3	<u>S</u> / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care curs	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								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								1
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								1
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 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	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector și cu tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 1 PC C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 1 PC C.4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare – 1 PC C.5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1PC
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 - Definirea corectă a obiectului de studiu al analizei strategice și corelarea cu celelalte discipline; - Cunoașterea și înțelegerea conceptelor, abordărilor, teoriilor, modelelor și metodelor din domeniul analizei strategice; - 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; - Operarea cu conceptele fundamentale specifice analizei strategice; - 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. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Tema Nr. 1 CONȚINUTUL ȘI METODOLOGIA ANALIZEI STRATEGICE A ORGANIZAȚIEI ÎN MEDIUL CONCURENȚIAL 1.1. Întreprinderea – obiect al analizei strategice și mediul său concurențial (1 oră) 1.2. Conținutul și metodologia cadru a analizei strategice în mediul concurențial (1 oră)	2	▪ prelegerea	calculatorul (prezentarea în power –point)
2	TEMA Nr. 2 METODE DE ANALIZĂ STRATEGICĂ A ACTIVITĂȚII ÎNTREPRINDERILOR 2.1. Metode de analiză strategică bazate pe evaluarea factorilor lanțului de activități intern – extern ale organizației (3 ore) 2.1.1. Segmentarea strategică a sectoarelor de activitate 2.1.2. Analiza SWOT 2.1.3. Matricea BCG 2.2. Metode de analiză strategică bazate pe evaluarea criteriilor atractivității și a forței afacerii pe piață (3 ore) 2.2.1. Matricea General Electric – Mc Kinsey 2.2.2. Matricea Royal Dutch – Shell 2.2.3. Matricea Artur D. Little și Hofer	6	▪ conversația euristică ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic ▪ exercițiul ▪ dezbateră cu oponent imaginar	▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
3	TEMA Nr. 3 ALTERNATIVE STRATEGICE ALE ÎNTREPRINDERII ÎN MEDIUL CONCURENȚIAL 3.1. Strategii de creștere (3 ore) 3.2. Strategii de consolidare (stabilitate) (2 ore) 3.3. Strategii defensive (1 oră)	6		

Bibliografie

1. Anghel Ioan, *Evaluarea întreprinderii*, Editura Economică, București, 2010
2. Baicu Mariana – *Managementul riscului în afaceri*, Editura Fundația România de Măine, București, 2010
3. Băcanu, B., *Management strategic în turism – Concepte și studii de caz*, Editura Polirom, Iași, 2009.
4. Ciocoiu Carmen Nadia, *Managementul riscului. O abordare integrată*, Editura A.S.E., București, 2014
5. Dalota Marius-Dan, *Managementul strategic al firmei*, Editura Pro Universitaria, 2016
6. Dumitrescu Mihail; Dumitrescu-Peculea Adelina - *Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane*, Editura Economică, București, 2014
7. Eschenbach Rolf, Siller Helmut – *Controlling profesional. Concepte și instrumente*, Editura Economică, București, 2014
8. Gallo Carmine – *Experiența APPLE - Secretele construirii unei relații pe termen lung cu clienții*, Editura Amaltea, București, 2015
9. Ghenea Marius - *Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri*, Editura Universul Juridic, 2011
10. Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar – *Business-to-business Brand Management*, Editura Brandbuilders, București, 2016
11. Lencioni Patrick – *Cinci tentații ale unui CEO*, Editura Litera, București, 2015
12. Mauborgne, Renee, *Strategia oceanului albastru. Cum să creezi un spațiu de piață necontestat și să faci concurența irelevantă*, Editura Economică, București, 2015
13. Mihai D., Drăghici, C. – *Curs de analiză strategică a mediului concurențial – manual universitar destinat pregătirii studenților I.F.R.*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
14. Mihai, D., Drăghici, C. – *Curs de analiză strategică și simulări decizionale – vol. 1*, Editura Sitech, Craiova, 2009.

15. Popescu Dumitru Dan, <i>Practical guide to company analysis</i> , Editura A.S.E., București, 2011				
16. Tanțău 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
2	Metodologia de realizare a studiilor de analiză strategică a organizației în mediul concurențial	4		
3	Analiza corelată a capacității strategice a întreprinderii și a mediului extern	2		
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 atractivității principalelor domenii de analiză strategică (DAS) ale întreprinderii	6		
6	Studii de caz – Analiza corelată a capacității strategice a întreprinderii și a caracteristicilor mediului său extern: - selectarea domeniilor de analiză strategică (1 oră); - stabilirea tipului de strategie pentru fiecare DAS (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 (1 oră); ▪ matricea Artur D. Little (1 oră); ▪ matricea Royal Dutch (1 oră); ▪ matricea Hofel – Schendel a ciclului de viață al industriei (1 oră).	10		
Bibliografie 1. Anghel Ioan, <i>Evaluarea întreprinderii</i>, Editura Economică, București, 2010 2. Ciocoiu Carmen Nadia, <i>Managementul riscului. O abordare integrată</i>, Editura A.S.E., București, 2014 3. Dalota Marius-Dan, <i>Managementul strategic al firmei</i>, Editura Pro Universitaria, 2016 4. Dumitrescu Mihail; Dumitrescu-Peculea Adelina - <i>Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane</i>, Editura Economică, București, 2014 5. Eschenbach Rolf, Siller Helmut – <i>Controlling profesional. Concepte și instrumente</i>, Editura Economică, București, 2014 6. Gallo Carmine – <i>Experiența APPLE - Secretele construirii unei relații pe termen lung cu clienții</i>, Editura Amaltea, București, 2015 7. Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar – <i>Business-to-business Brand Management</i>, Editura Brandbuilders, București, 2016 8. Lencioni Patrick – <i>Cinci tentații ale unui CEO</i>, Editura Litera, București, 2015 9. Mauborgne, Renee, <i>Strategia oceanului albastru. Cum să creezi un spațiu de piață necontestat și să faci concurența irelevantă</i>, Editura Economică, București, 2015 10. Mihai D., Drăghici, C. – <i>Curs de analiză strategică a mediului concurențial – manual universitar destinat pregătirii studenților I.F.R.</i>, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010 11. Popescu Dumitru Dan, <i>Practical guide to company analysis</i>, Editura A.S.E., București, 2011 12. 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 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore): calitatea și coerența tratării celor 2 subiecte abordabile în manieră explicativ – argumentativă (30%) + un subiect de analiză și interpretare (20%)	50 %
10.5 Seminar	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la 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 și elaborarea proiectului individual		

Data completării
21 septembrie 2018

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Servicii și utilități publice
2018 – 2019

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1 Denumirea disciplinei					Servicii și utilități publice						
2.2 Titularul activităților de curs					Lect. univ. dr. Nicoleta DASCĂLU						
2.3 Titularul activităților de seminar / proiect					Lect. univ. dr. Nicoleta DASCĂLU						
2.4 Anul de studii		II	2.5 Semestrul		2	2.6 Tipul de evaluare		C	2.7 Regimul disciplinei		O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
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	58						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Elemente de Management, Microeconomie, Macroeconomie
4.2. de competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfășurare a seminarului/proiectului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii / proiecte - 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 – 2 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. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Considerații generale privind serviciile și utilitățile publice	4	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul</i> ▪ Prezentări în power-point
2	Serviciile publice locale de natură administrativă	4		
3	Serviciile comunitare de utilitati publice	4		
4	Agentii economici prestatori de servicii publice	2		
5	Modalități de gestiune a serviciilor publice	4		
6	Sistemul de management al serviciilor publice	4		
7	Productivitatea serviciilor publice	2		
8	Sistemul indicatorilor de performanță în cadrul organizațiilor prestatoare de servicii publice	4		
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, suport de curs IFR (suport electronic), 2016				
5. Dumitrașcu Vadim, Servicii și utilități publice. Economie. Management. Strategii. Politici, Ed. Universitară, 2016.				
6. Iordan Nicola, Managementul serviciilor publice locale. Ediția a 2-a, Ed. C.H. Beck, București, 2010;				
7. Iorga Elena, Ercuș Loredana, Managementul serviciilor publice în municipiile din România, București, 2010				
8. Miulescu Nicoleta, Servicii publice locale, Editura Universul Juridic, 2010.				
9. Plumb Ion, Androniceanu Armenia, Abăluță Oana, <i>Managementul serviciilor publice</i> , Ediția a-II-a, Editura ASE 2008.				
8.2. Aplicații: Seminar / Proiect		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
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	2		
6	Sistemul indicatorilor de performanță în cadrul organizațiilor prestatoare de servicii publice	2		

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, suport de curs IFR (suport electronic), 2016
5. Dumitrașcu Vadim, Servicii și utilități publice. Economie. Management. Strategii. Politici, Editura Universitară, 2016.
6. Iordan Nicola, Managementul serviciilor publice locale. Editia 2, Ed. C.H. Beck, București, 2010;
7. Iorga Elena, Ercuș Loredana, Managementul serviciilor publice în municipiile din România, București, 2010
8. Miulescu Nicoleta, Servicii publice locale, Editura Universul Juridic, 2010.
9. Plumb Ion, Androniceanu Armenia, Abăluță Oana, *Managementul serviciilor publice*, Ediția a-II-a, Editura ASE, 2003.

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 Curs	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 / proiect	evaluarea lucrărilor individuale și a participării la dezbateri de analiză și interpretare + evaluare periodică;	evaluare periodică scrisă evaluare temă de casă	40% 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
17 septembrie 2018

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Practică de specialitate, anul universitar: 2018 – 2019

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei												Practică de specialitate			
2.2 Titularul activităților de curs												-			
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

c. Timpul total estimat								
3.1	Număr de ore pe săptămână	6	3.2	din care curs	-	3.3	S / L / P	6
3.4	Total ore din planul de învă.	84	3.5	din care curs	-	3.6	S / L / P	84
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								
Pregătire seminarii/proiecte, teme, referate, portofolii, eseuri								
Tutorat								
Examinări								
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								
3.7	Total ore studiu individual	-						
3.8	Total ore pe semestru	84						
3.9	Număr de credite	3						

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

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	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. Curs	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	Consultarea documentelor oficiale – statutul firmei; organigrama; Regulamentul de organizare și funcționare; Regulamentul de ordine internă; fișe de post; diagrame de relații etc. ■ Lucrarea practică
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) - contribuția principalelor componente ale organizării procesuale la realizarea obiectivelor firmei.	8	▪ conversația euristică ▪ exercițiul ▪ lucrul în grup	Discuții cu tutorele și consultarea documentelor din care reies particularitățile subsistemului organizatoric. ■ Lucrarea practică
3. Analiza stării actuale a sistemului de management al firmei: - studiul actualului sistem de management – procesele de conducere și de execuție, exercitarea funcțiilor managementului (previziune, organizare, coordonare, antrenare, control-evaluare); - analiza subsistemului organizatoric al entității – organigrama, personalul de conducere și execuție, fișe de post, Regulament de organizare și funcționare, alte regulamente interne; - analiza subsistemului informațional al entității – sistemul informațional, sistemul informatic, fluxuri și circuite informaționale, modalități de stocare și vehiculare a datelor; - analiza subsistemului decizional al entității – respectarea cerințelor de raționalitate privind decizia și a metodologiei de fundamentare, adoptare și implementare; - analiza subsistemului metodologic al sistemului de management – sisteme, metode și tehnici de conducere utilizate în cadrul entității studiate.	8	▪ conversația euristică ▪ exercițiul ▪ lucrul în grup	Discuții cu tutorele în vederea identificării particularităților subsistemelor componente ale sistemului de management și identificarea unor posibilități de perfecționare a acestora. ■ Fascicol din Lucrarea practică
4. 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;	8	▪ conversația euristică ▪ lucrul în grup ▪ exercițiul	Consultarea documentelor oficiale și discuții cu tutorele în vederea identificării, analizei și interpretării relațiilor organizatorice implicate și a contribuției subdiviziunilor întreprinderii la realizarea obiectivelor firmei.

- resursele umane implicate; - descrierea climatului și culturii organizaționale; - procesarea documentelor din cadrul companiei; - interpretarea dinamicii mediului intern.			■ Lucrarea practică
5. 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.); - organismele publice (atitudinea publicului, mass-media, instituții locale, organizații cetățenești, ONG-uri ș.a.).	8	▪ conversația euristică ▪ lucrul în grup ▪ exercițiul	Consultarea documentelor oficiale și discuții cu tutorele în vederea identificării factorilor micromediului (clienți, furnizori, concurenți etc.) și analiza influenței exercitate de aceștia asupra întreprinderii. ■ Lucrarea practică
6. Analiza macromediului firmei: - analiza STEP; - contextul legislativ și ecologic și impactul său asupra firmei; - oportunități și amenințări cu care se confruntă firma;	4	▪ conversația euristică ▪ lucrul în grup.	Discuții cu tutorele în vederea identificării particularităților determinanților contextuali ai macromediului și interpretării lor. ■ Lucrarea practică
7. Analiza indicatorilor economico-financiar pentru perioada 2014-2016: - cifră de afaceri, venituri, cheltuieli, rezultatul exercițiului; - determinarea ratelor de rentabilitate.	8	▪ conversația euristică ▪ exercițiul ▪ lucrul în grup	Consultarea documentelor oficiale și discuții cu tutorele ■ Lucrarea practică
8. 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	Discuții cu tutorele și consultarea documentelor din care reies obiectivele pe termen scurt, mediu și lung ale firmei, analiza realității lor și formularea propunerilor de perfecționare a strategiei firmei, prin reconsiderarea componentelor acesteia. ■ Lucrarea practică
9. 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.	8	▪ conversația euristică ▪ lucrul în grup ▪ exercițiul	Discuții cu tutorele și consultarea documentelor privind detalierea strategiei de ansamblu în politici specifice domeniilor principale ale activității firmei, Interpretarea rezultatelor analizelor și formularea concluziilor în urma observațiilor personale cu privire la politicile firmei. ■ Lucrarea practică
10. 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.	8	▪ conversația euristică ▪ exercițiul ▪ lucrul în grup	Consultarea documentelor specifice funcțiunii comerciale a firmei și discuții cu tutorele din care reies particularitățile relațiilor cu furnizorii, piața, clienți existenți și potențiali, concurenții, elementelor aferente ciclului de comunicare și orientare către clienți. ■ Lucrarea practică
11. Propuneri de îmbunătățire a activității firmei: - comunicare și orientare către clienți; - atribuțiile profesionale ale consultanților vânzări, agenților de vânzări și lucrători comerciali; - strategia de promovare a produselor/serviciilor; materiale și modalități de promovare a ofertei/ produselor	8	▪ conversația euristică ▪ lucrul în grup	Analiza dinamică a mediului de afaceri pe piețele unde firma ar dori să se extindă și evidențierea elementelor aferente strategiei de atragere a clienților, pe baza discuțiilor cu tutorele. ■ Lucrarea practică

comercializate (exemplificare cu pliante și alte materiale, acțiuni de promovare a vânzărilor-oferte speciale și altele); - oportunități de dezvoltare.			
Bibliografie 1. Ciocoiu Carmen Nadia, Managementul riscului. O abordare integrată, Editura A.S.E., București, 2014 2. Coros, Monica Maria, <i>Managementul cererii și ofertei turistice</i>, Editura C.H. Beck, 2015. 3. Dalota Marius-Dan, Managementul strategic al firmei, Editura Pro Universitaria, 2016 4. Diaconu Mihaela- Managementul calității în comerț, turism, servicii, Editura Universității din Pitești, 2017 5. Dumitrescu Mihail; Dumitrescu-Peculea Adelina - Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane, Editura Economică, București, 2014 6. Eschenbach Rolf, Siller Helmut – <i>Controlling profesional. Concepte și instrumente</i>, Editura Economică, București, 2014 7. Ghenea Marius - Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri, Editura Universul Juridic, 2011 8. Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar – <i>Business-to-business Brand Management</i>, Editura Brandbuilders, București, 2016 9. Lupu, Nicolae, <i>Hotelul. Economie și management. Ediția a VI a</i>, Editura C.H. Beck, București, 2010. 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 D., Brutu M., Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014 13. Mihai Daniela, Brutu Mădălina, Management – Fundamente teoretice. Teste grilă. Aplicații, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014 14. Militaru, Gh. – Managementul serviciilor, Editura C.H. Beck, București, 2010 15. Popescu Dumitru Dan, Practical guide to company analysis, Editura A.S.E., București, 2011 16. Secară Carmen - <i>Tendențe și practică în domeniul managementului resurselor umane</i>, Editura Sitech, Craiova, 2014 17. Sergiu Rusu, <i>Antreprenoriat în turism și industria ospitalității</i>, Editura C.H. Beck, București, 2014 18. Stănculescu Gabriela, Micu Cristina- Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație, Editura C.H.Beck, 2012 19. Stănculescu Gabriela, State Olimpia, Tehnica operațiunilor de turism intern și internațional, Editura C.H. Beck, București, 2013. 20. Stănculescu Gabriela, <i>Managementul agenției de turism</i>, 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 Curs	-	-	-
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	Elaborarea și susținerea proiectului de practică Întocmirea și prezentarea caietului de practică		

Data completării
21 septembrie 2018

Titular de curs,
-

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Educație fizică, 2018-2019

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

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei												EDUCAȚIE FIZICĂ			
2.2 Titularul activităților de curs												-			
2.3 Titularul activităților de seminar												Asist. univ. dr. VIȘAN Paul Florinel			
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	Număr de ore pe săptămână	1	3.2	din care curs	-	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învă.	14	3.5	din care curs	-	3.6	S / 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	
5.2	De desfășurare a seminarului	Teren Sport Bitum/iarbă, Sală Fitness/Sală Sport, "Gh. Doja" Nr. 41, Pitești; mingi, vestuțe de departajare, jaloane, cercuri, competiții și alte materiale auxiliare; prezența studenților la seminar

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. Curs		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 mingie. 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 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	4	conversația, demonstrația, exersarea, observația, imitația, modelarea	

	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	Utilizarea adecvată în întreceri / concursuri a procedeeleor tehnice însușite. Jocuri sportive: baschet, handbal, fotbal, volei: exerciții simple pentru poziții fundamentale, asezare 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 Studentească pe ramuri de sport; 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.	2	Metode - practice, intuitive, verbale și evaluative	

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 Măncarea</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 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 Curs			
10.5 Seminar	- participarea activă la seminar, - gradul de încadrare în cerințele impuse; - gradul de însușire a competențelor testate la evaluarea parțială.	Activitate seminar Testare 1 Testare 2 Evaluare finală	10 30 30 30
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
26 septembrie 2018

Titular de curs,
-

Titular de seminar,
Asist. univ. dr. VIȘAN Paul Florinel

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

Director de departament,
(prestator)
Prof. univ. dr. Marian Crețu

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

FIȘA DISCIPLINEI
Geopolitică, pentru anul universitar 2018-2019

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					Geopolitică					
2.2	Titularul activităților de curs										
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	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								14
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								1
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								1
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	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	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. 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. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații / Resurse folosite
1	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	Prelegere Expunere Conversație euristică Problematizare Explicație Demonstrație cu ajutorul mijloacelor moderne audio-vizuale (scurte prezentări PowerPoint) Metoda analizei și sintezei	<i>Calculatorul (prezentarea în power-point)</i> Prezentări în power-point Studii de caz Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
2	Școala geopolitică germană - Friedrich Ratzel; Rudolf Kjellén; - Geografia politică germană și instituționalizarea geopoliticii germane; - Karl Haushofer.	2		
3	Școala geopolitică franceză - Principalii exponenți ai geografiei politice franceze; - Contribuția geografiei politice franceze la dezvoltarea geopoliticii și istoriografiei.	2		
4	Școala geopolitică anglo-saxonă - Alfred T. Mahan; - Frederick J. Turner; - Halford J. Mackinder; - Nicholas J. Spykman; - James Burnham; - Colin S. Gray; - Zbigniew Brzezinski.	2		
5	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		
6	Geostrategia Războiului Rece - „Acordul de procentaj” Churchill-Stalin - Relațiile postbelice de putere în concepția planificatorilor politicii externe a marilor puteri; - Aliniamentele geostrategice ale epocii bipolare; - Strategii și repere ale evoluțiilor strategice în perioada Războiului Rece.	3		
7	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		
8	Regiuni cu relevanță geopolitică și geostrategică globală - Relația dintre securitatea energetică, geopolitica energiei și puterea militară; - Regiunea Orientului Mijlociu extins; - Regiunea extinsă a Mării Negre; - Regiunea Mării Caspice; - Regiunea Caucazului de Sud și Asiei Centrale; - Regiunea Arctică.	4		

9	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		
10	Scenarii ale evoluțiilor geopolitice și geostrategice pe plan mondial - Tendințe geopolitice și geostrategice; - Prognoze ale evoluției puterilor emergente; - Scenarii la orizontul anului 2025;	3		
11	România și poziția sa geopolitică Metoda regionalizării cu aplicabilitate asupra statutului României de țară central-europeană aproape de Balcani	2		

Bibliografie

Aymeric C., Thual F., Dicționar de geopolitică, Grupul editorial Corint, București, 2003.
 Brzezinski Z., Marea tablă de șah. Supremația americană și imperativele sale geostrategice, Editura Univers Enciclopedic, București, 2000.
 Brzezinski Z., The Choice: Global Domination or Global Leadership, Basic Books, New York, 2004.
 Buchet C., Religie și putere în relațiile internaționale contemporane, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1998.
 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., Diplomazia, 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 / Laborator / Teme de casă		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Geopolitica imperială Asemănări și diferențe între abordările geopolitice imperiale ale școlilor germană și anglo-saxonă	2	Expunere Problematizare Exerciții de reflecție Dezbateri Explicație Lucrul în echipă Prezentări proiecte Demonstrație cu ajutorul mijloacelor moderne audio-vizuale (scurte prezentări PowerPoint)	În cadrul primei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării Resurse folosite: • Scurte prezentări în power-point pentru descrierea studiilor de caz și stimularea exercițiilor • Studii de caz • Simulări pe computer
2	Europa și geopolitica secolului XX Poziția geopolitică a Uniunii Europene	3		
3	România –abordare în termeni geostrategici	2		
4	Geopolitica Franței. Constante și regularități	2		
5	Geopolitica germană.Tradiție și actualitate	2		
6	Geopolitica S.U.A. Accepții contemporane ale aplicării metodei dispozitivului geopolitic pentru S.U.A.	4		
7	N.A.T.O.	2		
8	Geopolitica Asiei	2		
9	Geopolitica Rusiei Rusia – un actor cheie Ideea imperială -Rossy	2		
10	Noua ordine economică - între regionalism și globalizare	4		
11	Petrolul și geopolitica. Islamul și geopolitica	3		

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 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.
 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 Curs	- 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 / Laborator / Tema de casă	• 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.	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
18 septembrie 2018

Titular de curs,

Titular de seminar,

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

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

FIȘA DISCIPLINEI

Resurse și destinații turistice, pentru anul universitar 2018-2019**1. Date despre program**

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

2. Date despre disciplină

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

3. Timpul total estimat

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	3.2. din care curs	2	3.3. S / L / P	2
3.4. Total ore din planul de învăț.	56	3.5. din care curs	28	3.6. S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					14
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri					14
Tutorat					1
Examinări					-
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)					1
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, 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	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector
5.2. De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. 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	Disciplina Resurse și Destinații Turistice are menirea de a transmite studenților relația care 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. 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. <u>C. Obiective atitudinale</u> 1. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicate, specifice specialistului în turism. 2. Valorificarea propriului potențial prin realizarea cercetării de grup sau individuală în analiza și previziunea fenomenului turistic; 3. Manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de rolul și importanța turismului în activitatea economică și socială.
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Resurse și destinații turistice: concepte, definiții, principii • Rolul, importanța și conceptul de resursă turistică • Tipologia resurselor turistice • Destinațiile turistice: generalități	2	▪ prelegerea ▪ explicația ▪ expunerea cu material suport ▪ dezbaterile cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
2	Fenomenul turistic - Percepția fenomenului turistic internațional - Internaționalizarea turismului după 1950 - Modele de fluxuri turistice - Metode și mijloace de analiză spațială a fenomenului turistic	2		
3	Resursele turistice naturale - Localizarea turistică – de la imagine la amenajare - Potențialul turistic al reliefului și peisajelor - Potențialul balneoclimateric și climateric - Potențialul turistic al litoralului - Potențialul biogeografic - Potențialul turistic al ariilor protejate	3		
4	Resursele turistice antropice - Tipologia resurselor turistice antropice - Patrimoniul turistic cultural-istoric universal și protecția acestuia - Resursele turistice ale marilor arii de cultură și civilizație - Resursele turistice etnografice	2		
5	Resursele economice și umane în turism - Resursele financiare - Resursele demografice - Resursele umane în turism: evoluția și structura personalului ocupat în turism	2		
6	Destinații turistice I: marile regiuni turistice ale Europei - Centrele și regiunile turistice din Europa Meridională - Centrele și regiunile turistice ale Europei Atlantice - Marile centre și regiuni turistice ale Europei Central-Estice	3		
7	Destinații turistice II: marile regiuni turistice nord-americane - Centrele turistice balneare - Centrele turistice urbane nord-americane - Centrele turistice montane nord-americane - Destinații ecoturistice model: parcurile naționale nord-americane	3		
8	Destinații turistice III: regiunile turistice din țările latino-americane, Africa, Asia și Oceania - Centrele turistice tradiționale din America Centrală și Caraibe - Centrele turistice sud-americane - Africa – destinații turistice - Destinații turistice în Asia - Centrele turistice din Oceania	3		
9	Circulația turistică I - Conceptul de flux turistic - Fluxurile turistice majore europene: fluxurile balneotrope și culturale spre sudul Europei, fluxurile alpine, fluxurile spre Europa Atlantică, fluxurile majore spre Europa Central-Estică	2		

10	Circulația turistică II - Fluxurile turistice majore nord-americe - Fluxurile turistice majore japoneze - Fluxurile turistice minore spre: Mediterana Meridională, Orientul Mijlociu și Apropiat, Asia Musonică, Africa subsahariană, America de Sud, Australia și Noua Zeelandă, insulele din mările tropicale	2	
11	Tipuri de turism. Protecția patrimoniului turistic. Politici turistice - Tipuri de turism după criteriul temporal - Tipuri de turism după criteriul localizării și al motivației - Tipuri de turism după criteriul agregativ - Tipuri de turism după criteriul geografic - Protecția patrimoniului turistic - Politici turistice	4	

Bibliografie:

1. Băc D.P., Turismul și dezvoltarea durabilă: realități, provocări, oportunități, Editura Economică, București, 2013.
2. Drăghici C., Pintili R., Potențial turistic general, Editura Universitară, București, 2016.
3. Firoiu Daniela, Resursele umane în turism, Editura Universitară, București, 2005.
4. Ielenicz M., Comănescu, Laura, România – Potențial turistic, Editura Universitară, București, 2009.
5. Ioncică Maria, Stănculescu Gabriela, Economia turismului și serviciilor, Editura Uranus, București, 2006.
6. Laws, E., Richins, H., Agrusa, J., Scott, N., Tourist Destination Governance: Practice, Theory and Issues, CAB International, 2011.
7. Leiper N., Tourism Management (3rd Ed.), Malaysia: Pearson Education Australia, 2004.
8. Neacșu N., Băltărețu Andreea, Neacșu Monica, Drăghilă Marcela, Resurse și destinații turistice interne și internaționale, Editura Universitară, 2011.
9. Neacșu N., Băltărețu Andreea, Neacșu Monica, Resurse și destinații turistice. Studii de caz, statistici, reglementări și documente O.M.T., Editura Pro Universitaria, 2014.
10. Neacșu N., Băltărețu Andreea, Neacșu Monica, Drăghilă Marcela, Resurse și destinații turistice în România, Editura Universitară, 2016.
11. Page S.J., Tourism Mananagement, Elsevier Ltd., Oxford, 2007.
12. Pender L., Sharpley R., The Management of Tourism, SAGE Publications Ltd, London, 2005.
13. Rotariu I., Dezvoltarea destinației turistice, Editura Alma Mater Sibiu, 2008.
14. Simoni Smaranda, Resurse și destinații turistice – suport de curs pentru învățământ frecvență redusă (suport electronic), 2017.
15. Stănculescu Gabriela, Micu Cristina, Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz, Editura C.H. Beck, București, 2009.
16. Tribe J., 2006, The economics of recreation, leisure and tourism, Amsterdam, Elsevier, 2006.
17. Țigu Gabriela (coordonator), Resurse și destinații turistice pe plan mondial, Editura Uranus, București, 2008.
18. *** Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, United Nations, 2015.
19. *** Tourism Highlights, UNWTO, 2017.
20. *** World Tourism Barometer, UNWTO, 2017.
21. *** Quick Start Guide to a Tourism Business, NEAP, 2006.
22. *** A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO, 2007.
23. *** International Tourism Overview. A Special Report from World Tourism Organization.
24. *** Tourism Market Trends, UNWTO 2012.
25. *** Yearbook of Tourism Statistics, UNWTO, 2017.
26. *** The World Factbook, CIA, SUA, 2017.
27. www.insse.ro, Anuarele Statistice ale României, capitolul 20: Turism, 2011-2016.
28. 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.	Metode de analiză a resurselor turistice naturale și antropice - Prospectarea turistică regională (operațiuni și instrumente de calcul) - Prospectarea cererii și consumului turistic	4	Expunere Problematizare Exerciții de reflecție Dezbateri Explicație	Lucrul în echipă Demonstrație cu ajutorul mijloacelor moderne audio-vizuale (scurte prezentări PowerPoint) Demonstrație cu ajutorul materialelor didactice specifice (anuale statistice, grafice)
2.	Turismul internațional. Date statistice și prognoze Turismul internațional – rezultate regionale (2000-2018)	4		
3.	Circulația turistică internațională (2000-2018) - Top 15 destinații, încasări, cheltuieli - Sosiri de turiști pe regiuni de proveniență - Încasări pe regiuni	3		
4.	Turismul internațional în lume și pe regiuni OMT Dinamici și structuri, prognoze în perioada 1960-2020	3		
5.	Destinații turistice din Europa Meridională Aplicație: Côte d'Azur, Côte d'Améthyste, Costa Brava din Catalonia, Costa Dorada, Costa del Azhar, arhipelagul Balearelor, Costa Blanca și Costa Calida, Costa del Sol, Costa de la Luz; Portugalia: Algarve și Costa Dourada; Italia:	2		

	Riviera di Ponente, Riviera di Levante, Costa Esmeralda, coasta adriatică; Grecia: insulele și arhipelagurile, riviera Olimpului; coasta dalmato-muntenegreană.			Prezentări proiecte
6.	Destinații turistice din Europa Alpină - aplicații - sectorul francez: stațiunile pentru turism hivernal Chamonix, Megève, Combloux, Argentière, Albertville, Moutiers, Avoriaz și aplicarea Plan Neige; stațiuni cu ape termale Thonon-les-Bains, Evian, Aix-les-Bains; - Alpii elvețieni: Davos, St.Moritz, Crans Montana, Zermatt, Interlaken, Altdorf, Andermatt și centre turistice pentru agrement, în lungul rivierelor lacustre (Montreux, Vevey, Locarno, Lugano); - Alpii austrieci: Innsbruck, Bad Gastein, stațiuni balneo-climaterice (Fuschl, Sankt Wolfgang), agroturism (Vorarlberg); - Alpii italieni: rivierele lacurilor Maggiore, Lugano, Como și Garda cu stațiunile Stresa, Bavena, Pallazo, Bellagio, Cernobbio, Como, Gargnano, Toscolano, Limona; stațiuni pentru sporturi de iarnă (Val d'Aosta, Cortina d'Ampezzo, Cavalese), Parcul Național Gran Paradiso.	2		Studii de caz Teste de verificare
7.	Destinații turistice urbane europene - aplicații - centrele urbane din Europa Meridională :Italia (Roma cu Valicanul, Toscana, Florența, Siena, Pisa, Perugia, Assisi, Mantova, Parma, Modena, Pavia, Verona, Bologna, Torino, Milano); sudul Franței (Avignon, Arles, Aix-en-Provence, Nîmes, Montpellier, Narbonne, Carcassonne); Peninsula Iberică (Córdoba, Sevilla, Granada, Madrid, Segovia, Valladolid, Toledo, Salamanca, Guadalajara, Avilla, Coimbra, Evora, principatul Andorra); Grecia (Atena, Piure, Teba, Corint, Delphi, Olympia, Micene, Cnossos, Phaistos, Kalampaka, Mistra, Salonic). - centrele urbane din Europa central-vestică și nordică: Paris, Londra, Bruxelles, Amsterdam, Geneva, Luxemburg, München, Berlin, Viena, Aachen, Köln, Mainz, Heidelberg, Dresda, Nürnberg, Ulm, Utrecht, Haga, Stockholm, Oslo, Helsinki, Edinburgh, Amiens, Nancy, Champagne, Bourgogne, Vichy, Bergen, Stavanger, Tordheim	2		
8.	Modele de circuite turistice în Europa	2		
9.	Destinații turistice nord-americane - aplicații - centre turistice montane: Colorado Springs, Hot Springs, Rock Springs, Lake Placid, Aspen, Sun Valley, Salt Lake City, Edmonton, Calgary; - centre turistice balneare: coasta Portland-Norfolk, New York-Phipadelphia (Seaside Park, Surf City, Atlantic City), Baltimore-Washington (Ocean City, Bethany Beach), Florida (West Palm Beach, Miami Beach, Key West), coasta californiană (Santa Monica, Malibu, Laguna Beach, Imperial Beach), arhipelagul Hawaii; - siturile și mediile naturale protejate; - centre turistice urbane: New York, Washington, Philadelphia, New Orleans, Saint Francisco, Los Angeles, Quebec, Montreal, Chicago, Las Vegas.	2		
10.	Destinații turistice și forme de turism practicate din România - Turismul montan și stațiunile turistice montane - Stațiunile turistice balneoclimaterice - Litoralul românesc al Mării Negre - Turismul cultural-itinerant și destinații turistice urbane - Satele turistice și turismul rural - Turismul în ariile naturale protejate	2		
11.	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. Simoni Smaranda, Resurse și destinații turistice – suport de curs pentru învățământ frecvență redusă (suport				

electronic), 2017.

5. Țigu Gabriela (coordonator), Resurse și destinații turistice pe plan mondial, Editura Uranus, București, 2008.
6. *** Tourism Highlights, UNWTO, 2017.
7. *** World Tourism Barometer, UNWTO, 2017.
8. *** A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO, 2007.
9. *** Yearbook of Tourism Statistics, UNWTO, 2017.
10. *** The World Factbook, CIA, SUA, 2017.
11. www.insse.ro, Anuarele Statistice ale României, capitolul 20: Turism, 2011-2016.
12. 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 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare finală	30 %
10.5 Seminar	-participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz;	Evaluarea răspunsurilor și intervențiilor studentului în activitățile de seminar	20%
	- evaluare periodică	Evaluare scrisă în timpul semestrului;	30%
	- gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă.	Evaluarea prezentării proiectelor	20%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea conceptelor legate de resurse și destinații turistice		

Data completării
18 septembrie 2018

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

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

FIȘA DISCIPLINEI

Turism internațional, pentru anul universitar 2018-2019

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					<i>Turism internațional</i>					
2.2	Titularul activităților de curs										
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	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								14
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								1
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								1
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, 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	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. 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	<u>A. Obiective cognitive</u> 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. <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. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Introducere în turismul internațional - Definiții uzuale - Tipologia formelor de turism internațional - Factorii care influențează dezvoltarea turismului internațional - Tendințele înregistrate în evoluția turismului internațional	4	▪ prelegerea ▪ explicația ▪ expunerea cu material suport ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
2	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		
3	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		
4	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		
5	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	2		
6	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 - Oferta turistică la nivel internațional: definiții, componente, caracteristici - Ciclul de viață al unei oferte turistice - Bazele ofertei turistice internaționale	6		

7	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	2		
8	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)	2		
9	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	2		
10	Operațiuni și instrumente de plată specifice turismului internațional - Cecul de călătorie (Traveler's Cheque) - Cartea de credit - Voucher-ul	2		
11	Perspectivelor turismului internațional - Globalizarea și implicațiile sale asupra turismului internațional - Perspectivelor turismului internațional al României	2		

Bibliografie:

1. Andrei R., Copețchi M., Dragnea L., Manual de tehnici operaționale în activitate de turism, IRECSO, 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. Ionică 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, 2011-2017.
24. www.mdr.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	2	Expunere Problematizare Exerciții de reflecție	Lucrul în echipă Demonstrație cu ajutorul mijloacelor moderne audio-vizuale (scurte prezentări PowerPoint) Demonstrație cu ajutorul
2.	Studii de caz – organizații de turism la nivel internațional/ mondial, în Europa și România, America și Asia	4		
3.	Studii de caz – caracteristicile industriei turistice și a călătoriilor în țări cu tradiție și fără tradiție turistică	2		
4.	Studii de caz – competitivitatea internațională la nivel mondial, european și regional a unor destinații turistice	2		
5.	Studii de caz – finanțarea investițiilor în turism	2		
6.	Studii de caz – instrumente de plată utilizate în turismul internațional	2		
7.	Studii de caz – analiza pieței turistice internaționale	4		

8.	Studii de caz – transporturi turistice internaționale	2	Dezbateri Explicație	materialelor didactice specifice (anuale statistice, grafice) Prezentări proiecte Studii de caz Teste de verificare
9.	Studii de caz – contracte în turismul internațional	2		
10.	Studii de caz – analiza evoluției și dezvoltării turismului pe plan mondial și național și discutarea factorilor determinanți în dezvoltarea acestui fenomen	2		
11.	Recapitulare	2		
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, Anuale 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 Curs	- 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	- 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
18 septembrie 2018

Titular de curs,

Titular de seminar,

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Limba străină pentru afaceri 4 – engleză, anul universitar 2018-2019

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Limba străină pentru afaceri 4 – engleză					
2.2	Titularul activităților de curs					-					
2.3.	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Cristina ILINCA					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	L

3. Timpul total estimat

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

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	Parcursarea 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. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	The Globalization of Financial Markets: defining globalization, modern financial theories	4	Expunerea cu material suport Explicația Exemplificarea Dialogul Conversația euristică	CD Player Tabla Videoproiector Calculator platformă e-learning (chat, forum) E-mail Materialului didactic este divizat în unități de studiu, care facilitează învățarea graduală și structurată
2	New Economic Sectors: current trends, sustainable growth	4		
3	Transportation. International trade. Road-rail transport, air freight transport operations, shipping	4		
4	Export-Import: Financing before Shipment, financing after shipment, Financing Accompanying the Sale	4		
5	Evaluare parțială	2		
6	Major Trading Blocs Today: free trade, fair competition; customs unions, free-trade areas	4		
7	Currencies: definitions, characteristics, trends	4		
8	Evaluare finală	2		
Bibliografie: ▪ Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty. Business Result. Intermediate. (B1) Student's Book. Oxford University Press. 2014 ▪ Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty. Business Result. Intermediate. (B1) Audio CDs (2). Oxford University Press. 2014 ▪ Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty. Business Result. Pre-Intermediate. (A2) Student's Book. Oxford University Press. 2014 ▪ Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty. Business Result. Pre-Intermediate. (A2) Audio CDs (2). Oxford University Press. 2014 ▪ Ilinca, Cristina, English for Business Communication, Editura Universitatii din Pitesti, 2017 ▪ Mackenzie, Ian. <i>Professional English in Use Management</i>. Cambridge University Press. 2011 ▪ Mackenzie, Ian. <i>Professional English in Use, Finance</i>. Cambridge University Press. 2016 ▪ Mincă, Nicoleta, Simoni, Smaranda, Maciu, Andreea, Business English, Editura Universitatii din Pitesti, editia a II-a, Pitești, 2017 ▪ Morris, Catrin, <i>Flash on English for Tourism, ELI, ESP Series</i>, 2012 ▪ Prodromou, Luke, Bellini, Lucia, <i>Flash on English for commerce, ELI, ESP Series</i>, 2012				
Sitografie : http://www.thefreedictionary.com/ http://iate.europa.eu/ www.collinsdictionary.com http://learnenglish.britishcouncil.org/				

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

Competențele dobândite la disciplină permit absolvenților să lucreze folosind limba engleză în domeniul aferent programului de studii **ECONOMIA 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 Curs			
10.5 Seminar	- participarea activă la seminar - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă.	<i>Evaluare formativă, în timpul semestrului.</i> - 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
18 septembrie 2018

Titular de curs,
-

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

Director de departament,
(prestator)
Conf. univ. dr. Laura Cițu

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

FIȘA DISCIPLINEI

Limba străină pentru afaceri 4 – franceză, anul universitar 2018-2019

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Limba străină pentru afaceri 4 – franceză					
2.2	Titularul activităților de curs					-					
2.3.	Titularul activităților de seminar					Conf. univ. dr. Ana-Marina Tomescu					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	L

3. Timpul total estimat

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

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	Parcursarea 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 franceză și europeană - 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. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	L'assurance-vie	3	- Lectura dirijată	Fișe de lucru, tablă / flipchart și cretă / marker; casetofon/ laptop/ mp3 player pentru audiții
2	La rémunération des fonds en euros	3	- Ascultare suport audio/ - Conversația	
3	Les transports (maritime et aérien) en France	2	- Traducerea / versiunea	
4	L'agriculture française	2	- Exerciții de lexic	
5	Test	2		
6	Le tourisme en Europe	4	- Lectura dirijată	Fișe de lucru, tablă / flipchart și cretă / marker; casetofon/ laptop/ mp3 player pentru audiții
7	La situation économique de l'Algérie	2	- Ascultare suport audio/ - Conversația	
8	Le Canada en train : des chutes du Niagara à la côte Pacifique	2	- Traducerea / versiunea	
9	L'économie en Outre-mer	3	- Exerciții de lexic	
10	La lettre commerciale	3		
11	Evaluation finale	2		
Bibliografie: BASSI, C, CHAPSAL, A-M., 2015, <i>Diplomatie.com</i> , CLE International BLOOMFIELD, A., TAUZIN, B., 2011, <i>Affaires à suivre</i> , Hachette, Paris CAILLAUD, C., 2013, <i>Modèles de lettres indispensables pour l'entreprise</i> , Éd. Nathan Prometis CHERIFI, S., GIRARDEAU, B., MISTICHELLI, B., 2014, <i>Travailler en français «en entreprise» A2/B1</i> livre + CD audio rom, Didier CILIANU-LASCU, C.; COICULESCU, A.; CHIȚU L.; FĂGUREL, O., 2010, <i>Mots et expressions – discours en économie</i> , București, Ed. Teora CLOOSE, Éliane, 2014, <i>Le français du monde du travail - Approche spécifique de l'économie et du monde des affaires</i> , Presses Universitaires de Grenoble CONSTANTINESCU, I., 2014, <i>Le français des affaires</i> , București, Ed. Milena Press DELACOURT, F., 2006, <i>Le français des affaires</i> , Paris, De Vecchi DUBOIS, A-L., 2011, <i>Objectif express 1</i> , Hachette, Paris DUBOIS, A-L., 2014, <i>Objectif express 2</i> , Hachette, Paris GRUNEBERG, A., B. Tauzin, 2011, <i>Comment vont les affaires</i> , Paris, Hachette				

HENNY, F., 2009, *Communiquons par l'écrit*, ASSAP
 LORENTZ, M.A., 2013, *Le français du management. Créer une entreprise*, București, Ed. ASE
 PENFORNIS, J.-L., 2011, *Français.com*, Paris, CLE International
 PERRAT, P., 2014, *Les règles d'or de l'écriture en entreprise. Réussir vos mails, newsletters, comptes rendus, rapports, communiqués de presse*, L'Etudiant
 SAVIN, V., C. – A. Savin, 2012, *Dictionar francez-român (administrativ, comercial, economic, financiar-bancar, juridic)*, Cluj-Napoca, Ed. Dacia Educațional
 TOADER, M., 2012, *Le français des affaires*, Cluj-Napoca, PUC
 TOMESCU, M., 2011, *Le français économique et administratif*, Ed. Pygmalion, Pitești
 TOMESCU, M., 2010, *Le français économique pour l'enseignement à distance*, Ed. Universității din Pitești (suport electronic)
 TOMESCU, M., 2017, *Le Français du monde du travail et des affaires*, Editura Universității din Pitești (suport electronic)
 WILLIAMS, S., N., – MCANDREW, Cazorla, 2007, *Franceza pentru oameni de afaceri*, București, Ed. Teora

Revues :
 - *Expansion, Capital, Action commerciale, Le nouvel économiste, Revue d'économie politique*

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

Prin nivelul de limbă dobândit la finalul cursului, studentul poate să înțeleagă ideile principale din texte complexe pe teme concrete și abstracte, inclusiv în discuții tehnice din specialitatea sa. Poate să comunice cu un anumit grad de spontaneitate și de fluentă cu un vorbitor nativ. Poate să acționeze și să execute sarcini profesionale, în mediul din specialitatea sa, pe baza comunicării lingvistice. Poate să utilizeze limba cu eficacitate în viața socială, profesională sau academică.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs			
10.5 Seminar	- participarea activă la seminar - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă.	<i>Evaluare formativă, în timpul semestrului.</i> - participarea activă la seminar 20% - test semestru 30% - temă de casă. 20% <i>Evaluare sumativă, la sfârșitul semestrului.</i>	30%
10.6 Standard minim de performanță	Aproprierea noțiunilor fundamentale abordate		

Data completării
22 septembrie 2018

Titular de curs,
-

Titular de seminar,
Conf. univ. dr. Ana-Marina Tomescu

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

Director de departament,
(prestator)
Conf. univ. dr. Laura Cițu

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