

FIȘA DISCIPLINEI
Dreptul afacerilor, 2023-2024

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București – Centrul Universitar 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					Conf. univ. dr. Andreea DRĂGHICI					
2.3	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Adriana Ioana (PÎRVU) PANTOIU					
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 - Platforma e-learning, conexiune internet
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Prezentarea proiectului - Platforma e-learning, conexiune internet

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

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

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Noțiuni generale de drept	2	Prelegere	<i>Prezentarea în power –point</i> <i>Suport de curs</i> <i>Materiale elaborate cu studii de caz</i>
2	Poziția dreptului afacerilor în cadrul sistemului de drept	2	Dezbateri/ Jocuri de rol	
3	Izvoarele dreptului afacerilor	2		
4	Noțiuni de drept civil cu importanța în dreptul afacerilor	2	Utilizare facilități platformă e- learning (chat, forum)	
5	Profesioniștii – subiecți ai dreptului afacerilor	2	E-mail	
6	Reguli aplicabile desfășurării afacerilor	2	Consultații	
7	Protecția penală în dreptul afacerilor	2		
Bibliografie 1. Andreea Drăghici, Panțoiu Adriana Ioana, <i>Dreptul Afacerilor</i> , Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă, 2023. 2. Ramona Duminică, Amelia Singh, Lavinia Olah, Panțoiu Adriana Ioana, <i>Dreptul Afacerilor</i> , Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă, 2022 3. Ramona Duminică, Amelia Singh, Lavinia Olah, Panțoiu Adriana Ioana, <i>Dreptul Afacerilor</i> , Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă, 2016/cu acordul departamentului 4. Andreea Tabacu, Andreea Drăghici, <i>Dreptul afacerilor. Curs pentru studenții facultăților de științe economice</i> , Editura Sitech, Craiova, 2018 5. Ciprian Păun, <i>Dreptul afacerilor. Teoria. Profesioniștii. Impozitarea</i> , 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</i> <i>Articole disponibile online</i> <i>Studii de caz</i> <i>Ghid proiect</i>
2	Diseminarea noțiunilor generale de drept	4		
3	Diseminarea noțiunilor de drept civil cu relevanță în dreptul afacerilor	4		
4	Diseminarea noțiunilor esențiale în materie	4		
Bibliografie 1. Andreea Drăghici, Panțoiu Adriana Ioana, <i>Dreptul Afacerilor</i> , Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă, 2023. 2. Ramona Duminică, Amelia Singh, Lavinia Olah, Panțoiu Adriana Ioana, <i>Dreptul Afacerilor</i> , Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă, 2022. 3. Ramona Duminică, Amelia Singh, Lavinia Olah, Panțoiu Adriana Ioana, <i>Dreptul Afacerilor</i> , Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă, 2016/cu acordul departamentului 4. Andreea Tabacu, Andreea Drăghici, <i>Dreptul afacerilor. Curs pentru studenții facultăților de științe economice</i> , Editura Sitech, Craiova, 2018 5. Ciprian Păun, <i>Dreptul afacerilor. Teoria. Profesioniștii. Impozitarea</i> , Editura Universul Juridic, București, 2015				

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

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

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

Data completării
18 septembrie 2023

Titular de curs,
Conf. univ. dr. Andreea DRĂGHICI

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
29 septembrie 2023

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Marketing, 2023-2024

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București – Centrul Universitar 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. Amalia Viorica DUȚU					
2.3	Titularul activităților de seminar					Conf. univ. dr. Amalia Viorica DUȚU					
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 inv.	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 - Platforma e-learning, conexiune internet
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Prezentarea proiectului - Platforma e-learning, conexiune internet

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

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

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

8. Conținuturi

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

9. Mihai Diaconescu, *Marketing*, Editura Universitara, 2014
 10. Philip Kotler - Ce este marketingul? - <https://www.youtube.com/watch?v=sR-qL7QdVZQ&t=1287s>
 11. Ce este marketingul - să înțelegem pe scurt - <https://www.youtube.com/watch?v=i1xz5Kv-7VY&t=38s>

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Furnizarea informațiilor privind criteriile de evaluare / Furnizarea informațiilor privind bazele metodologice de realizare a proiectelor.	2	- dialogul - dezbateri - lucru în echipa	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: studii de caz, joc de rol.	3		
4	Segmentarea-Țintirea-Poziționarea: studiu de caz.	3		
5	Cercetări de marketing: utilizarea metodelor de cercetare, experimentul de marketing.	2		
6	Prezentare proiecte	2		

Bibliografie

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

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

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

Notă: *Universitatea* 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	- prezența și participarea activă la seminar, implicarea în rezolvarea studiilor de caz;	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog.	10%
	- corectitudinea utilizării metodelor de cercetare; - corectitudinea analizei statistice și interpretarea rezultatelor; - coerența logică a rezultatelor; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Prezentarea liberă a proiectului; - Chestionare orală sub formă de dialog.	40%

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

Data completării	Titular de curs,	Titular de seminar,
14 septembrie 2023	Conf. univ. dr. Amalia Viorica DUȚU	Conf. univ. dr. Amalia Viorica DUȚU
Data aprobării în Consiliul departamentului,	Director de departament, (prestator)	Director de departament, (beneficiar)
29 septembrie 2023	Conf. univ. dr. Daniela MIHAI	Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

FIȘA DISCIPLINEI
Econometrie, 2023-2024

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București – Centrul Universitar 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 - Platforma e-learning, conexiune internet
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. - Platforma e-learning, conexiune internet

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

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

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Modelarea econometrică a fenomenelor și proceselor economice 1.1. Modelarea econometrică: definire și semnificații contemporane 1.2. Scurt istoric al apariției și dezvoltării modelării economice sau econometriei ca știință 1.3. Obiect de studiu, obiective și pachete de programe în modelarea econometrică	1		Studentii au acces la curs precum și la alte resurse în format electronic pe platforma e_learning (https://eam.upit.ro) și la site-uri specializate de pe internet (acces direct resurse sau captare-prezentare tip power – point) Link-uri necesare http://www.insse.ro/cms/ http://data.worldbank.org/indicator http://ec.europa.eu/eurostat/web/main http://ec.europa.eu/eurostat/web/ess/about-us/ess-vision-2020 https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/ http://data.un.org/
2	Modelul și modelarea econometrică 2.1. Modelul și modelarea econometrică 2.2. Tipologia și dinamica modelelor. 2.3. Covarianță. Coeficient de corelație. Coeficient de determinare	1		
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	3		
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	3	- prelegerea - conversația euristică - exemplificarea - organiza-torul grafic	
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	exercițiul	
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. Dicu C., - *Econometrie – manual universitar pentru învățământ cu frecvență redusă, (suport electronic), 2023*
2. Săvoiu G., - *Econometrie, Editura Universitară, București, 2011*
3. Dicu (Necșulescu) C. *Econometrie- suport de curs pentru IFR (suport electronic), 2018*
4. Dicu (Necșulescu) C. - *Econometrie, Editura UPIT, 2011*
5. Săvoiu G., Dicu (Necșulescu) C. - *Econometrie, Editura Universitară, București, 2010*
6. Tudorel A., Regis Bourbonnais, - *Econometrie, Ed. Economica, București, 2008.*
7. Tudorel A., Oancea B., Mirică A., - *Econometrie – Teorie și aplicații, Ed. Economica, București, 2018*

8.2. Aplicații: Laborator		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor de casă și a referatelor Gândirea specifică a modelării statistico–matematice a fenomenelor economice.	1	- dialog - exercițiu - studiu de caz - testare	În cadrul primei întâlniri se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile utilizate în evaluarea rezultatelor învățării. La rezolvarea studiilor de caz se vor utiliza calculatoare. În timpul semestrului se vor susține 4 teste de verificare.
2	Modelul și modelarea econometrică, specificitate și tipologie, evoluția și perisabilitatea modelului econometric	1		
3	Variabile, metode, concepte și teorii necesare modelării econometrice (aplicații: principalii indicatori din statistica descriptivă pornind de la o serie de date)	2		
4	Asociere, regresie și corelație statistico-matematică și matrici de corelație – soluții de selectare a factorilor explicativi semnificați (aplicații cu matrici de corelație) –Testare*	4		
5	Testarea statistică a ipotezelor și decizia în modelarea econometrică (testul Jarque – Bera, test t, F etc.) Testare*	4		
6	Modelul regresiei clasice unifactoriale în universul economic (specificarea în modelul regresiei unifactoriale: ipoteze fundamentale, estimatori și proprietăți ale acestora, estimator nedepășat și distribuția de probabilitate a estimatorilor), parametrizare și validare - ipoteze și teste (aplicații și studii de caz) – Testare*	6		
7	De la modelul regresiei unifactoriale prin iterație către cel multifactorial. Aspecte specifice în modelul multifactorial (aplicații și studii 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. Dicu C., - <i>Econometrie – manual universitar pentru învățământ cu frecvență redusă, (suport electronic), 2023</i>				
2. Săvoiu G.,– <i>Econometrie, Editura Universitară, București, 2011</i>				
3. Dicu (Necșulescu) C. <i>Econometrie- suport de curs pentru IFR</i> (suport electronic), 2018				
4. Dicu (Necșulescu) C. – <i>Econometrie, Editura UPIT, 2011</i>				
5. Săvoiu G., Dicu (Necșulescu) C. – <i>Econometrie, Editura Universitară, București, 2010</i>				
6. Tudorel A., Regis Bourbonnais, – <i>Econometrie, Ed. Economica, București, 2008.</i>				
7. Tudorel A., Oancea B., Mirică A., - <i>Econometrie – Teorie și aplicații, Ed. Economica, București, 2018</i>				

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	• Prezență și activitate la seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar.	Soluții oferite la studii de caz și aplicații și expunerea liberă a studentului sau scurta referire la o temă econometrică (concepută sintetic, cu minim 5 surse bibliografice și date de pe cel puțin un site specializat statistic: INS; BNR; EUROSTAT; etc)	50% din care: 10%

10.5 Seminar/ Laborator	• Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii.	Evaluarea medie a unui agregat de maxim 4 teste	20%
	• Tema de casă - se vor rezolva două studii de caz cu estimări și parametri reali incluzând controlul și interpretarea rezultatelor.	- Participarea individuală sau în echipă la realizarea și prezentarea temei de casă (două studii de caz) - Evaluarea celor două studii de caz	20%
10.6 Standard minim de performanță	Comunicarea în limbaj specific, însușit corect și capacitatea de a opera cu metode și tehnici de lucru caracteristice disciplinei studiate.		

Data completării
15 septembrie 2023

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
29 septembrie 2023

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Servicii și utilități publice
2023 – 2024

1. Date despre program

1.1.	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București – Centrul Universitar 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

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

3. Timpul total estimat

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu videoproiector - Platforma e-learning, conexiune internet
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 – 1 PC C.4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare – 1 PC C.5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea serviciilor și a serviciilor comunitare de utilități publice și explicarea rolului acestora în economie
7.2. Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Descrierea structurii și a modului de funcționare a componentelor economice și de administrație publică 2. Explicarea rolului, interacțiunii și funcționării componentelor economice și de administrație publică în managementul serviciilor publice 3. Evaluarea serviciilor publice din punct de vedere al efectelor economice și sociale 4. Dezvoltarea și implementarea de soluții pentru serviciile publice care integrează aspectele economice și de management

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

8. Conținuturi

8. Conținutul

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Considerații generale privind serviciile și utilitățile publice	2	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul</i> ▪ Prezentări în power-point
2	Serviciile publice locale de natură administrativă	2		
3	Serviciile comunitare de utilitati publice	2		
4	Agentii economici prestatori de servicii publice	1		
5	Modalități de gestiune a serviciilor publice	2		
6	Sistemul de management al serviciilor publice	2		
7	Productivitatea serviciilor publice	1		
8	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 – manual universitar pentru învățământ cu frecvență redusă, (suport electronic), 2023;				
5. Dascălu Nicoleta, Servicii și utilități publice, suport de curs IFR (suport electronic), 2016;				
6. Dumitrașcu Vadim, Servicii și utilități publice. Economie. Management. Strategii. Politici, Ed. Universitară, 2016;				
7. Iordan Nicola, Managementul serviciilor publice locale. Ediția a 2-a, Ed. C.H. Beck, București, 2010;				
8. Iorga Elena, Ercuș Loredana, Managementul serviciilor publice în municipiile din România, București, 2010;				
9. Miulescu Nicoleta, Servicii publice locale, Editura Universul Juridic, 2010;				
10. Plumb Ion, Androniceanu Armenia, Abăluță Oana, <i>Managementul serviciilor publice</i> , Ediția a-II-a, Ed. ASE, 2008.				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar introductiv. Prezentarea conținutului și obiectivelor disciplinei, precizarea metodelor de lucru și a bibliografiei. Serviciile publice și rolul lor în societate	2	conversația euristică exercițiul dezbateră lucrul în grup	Se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiilor Studii de caz
2	Finanțarea serviciilor publice locale	2		
3	Servicii publice oferite de organizațiile neguvernamentale	2		
4	Practica autoritatilor publice locale în materia organizării și funcționării serviciilor publice locale	4		
5	Forme de gestionare a serviciilor publice. Sistemul indicatorilor de performanță în cadrul organizațiilor prestatoare de servicii publice	2		
6	Evaluare	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 – manual universitar pentru învățământ cu frecvență redusă, (suport electronic), 2023;
5. Dascălu Nicoleta, Servicii și utilități publice, suport de curs IFR (suport electronic), 2016;
6. Dumitrașcu Vadim, Servicii și utilități publice. Economie. Management. Strategii. Politici, Editura Universitară, 2016;
7. Iordan Nicola, Managementul serviciilor publice locale. Editia 2, Ed. C.H. Beck, București, 2010;
8. Iorga Elena, Ercuș Loredana, Managementul serviciilor publice în municipiile din România, București, 2010;
9. Miulescu Nicoleta, Servicii publice locale, Editura Universul Juridic, 2010;
10. Plumb Ion, Androniceanu Armenia, Abăluță Oana, *Managementul serviciilor publice*, Ediția a-II-a, Ed. ASE, 2008.

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

*corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și metodelor specifice serviciilor și utilităților publice vor satisface așteptările reprezentanților angajatorilor din domeniul afacerilor;

*competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților mediului de afaceri.

Notă: *Universitatea* 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	evaluarea lucrărilor individuale, a prezenței și a participării la dezbateri de analiză și interpretare + evaluare periodică.	prezență și activitate la seminar evaluare periodică scrisă evaluare temă de casă	10% 30% 30%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei Cunoașterea conținutului serviciilor și al serviciilor comunitare de utilități publice și explicarea rolului acestora în economie		

Data completării
20 septembrie 2023

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

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Maria Nicoleta DASCĂLU

Data aprobării în Consiliul departamentului,
29 septembrie 2023

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

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

FIȘA DISCIPLINEI

Economia turismului, anul universitar: 2023 – 2024

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București – Centrul Universitar 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 turismului					
2.2	Titularul activităților de curs					Lect. univ. dr. Ionela Cristina MICU					
2.3	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Ionela 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 - Platforma e-learning, conexiune internet
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Platforma e-learning, conexiune internet - 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	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte specifice fenomenului turistic. 2. Cunoașterea trăsăturilor caracteristice pieței turistice și serviciilor turistice. 3. Identificarea adecvată a conceptelor legate de planificarea, organizarea, coordonarea și controlul activității turistice. 4. Explicarea și interpretarea de date și informații din punct de vedere cantitativ și calitativ, pentru formularea de argumente și decizii concrete asociate turismului. <u>B. Obiective procedurale</u> 1. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice economiei turismului;

	2. Culegerea și prelucrarea de date din surse documentare alternative și din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor care influențează fenomenul turistic. 3. Formarea deprinderilor de utilizare a instrumentelor statistice în evaluarea circulației turistice. 4. Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme specifice asigurării calității serviciilor turistice. 5. Utilizarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor utilizate în cercetarea activității turistice dintr-o zonă sau țară. <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	Turismul – activitate economico-socială 1.1. Delimitări conceptuale privind turismul 1.2. Importanța economico-socială, culturală și ecologică a turismului 1.3. Factorii care influențează dezvoltarea turismului	2	- prelegerea - conversația euristică - exemplificare - organizatorul grafic - exercițiul - dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power – point)</i> - Prezentări în power-point - Studii de caz - Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
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	3		
4	Formele de turism 4.1. Criterii de clasificare și particularități ale formelor de turism 4.2. Caracterizarea unor forme moderne de turism	2		
5	Circulația turistică 5.1. Metodologia de măsurare a circulației turistice 5.2. Mecanisme de orientare a fluxurilor turistice	2		
6	Piața turistică 6.1. Particularitățile și structura pieței turistice 6.2. Cererea turistică 6.3. Oferta turistică	2		
7	Baza materială a turismului 7.1. Rolul și structura bazei materiale a turismului 7.2. Distribuția teritorială a structurilor de primire turistice cu funcțiuni de cazare din România	2		
8	Serviciile turistice 8.1. Conținutul și particularitățile serviciilor turistice 8.2. Tipologia serviciilor turistice	2		
9	Transporturile turistice 9.1. Transportul – factor determinant al dezvoltării turismului 9.2. Principalele forme de transport turistic 9.3. Transportul turistic durabil	2		
10	Serviciile prestate în unitățile de primire turistică cu funcțiuni de cazare și alimentație publică 10.1. Conținutul și structura serviciului de cazare 10.2. Conținutul și structura serviciului de alimentație publică	2		
11	Serviciile de agrement în industria turistică 11.1. Agrementul turistic și timpul liber 11.2. Animația turistică – concept și tipologie	2		
12	Forța de muncă în turism 12.1. Caracteristicile muncii în turism 12.2. Indicatorii ocupării forței de muncă în turism 12.3. Evoluția și structura forței de muncă în turismul României	2		
13	Eficiența economică și socială a turismului 13.1. Conținutul eficienței în turism 13.2. Sistemul de indicatori ai eficienței economice în turism 13.3. Eficiența socială în turism	3		

Bibliografie

1. Băltărețu Andreea Mihaela, *Economia industriei turistice*, Editura Universitară, București, 2016.
2. Bode Oana Ruxandra, *Turismul - motor economic la nivel mondial*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj, 2018.
3. Coros, Monica Maria, *Managementul cererii și ofertei turistice*, Editura C.H. Beck, București, 2015.
4. Cristea Anca Adriana, *Industria agrementului în turism*, Editura Pro Universitaria, București, 2018.
5. Dinu Mihaela, *Journal of Tourism Challenges & Trends*, Editura Universitară, București, 2016
6. Nistoreanu, Puiu, Ghereș, Mihaela (coordonatori), *Turism rural. Tratat*. Editura C.H. Beck, București, 2010.
7. Micu Cristina, *Economia turismului - suport de curs pentru învățământul frecvență redusă*, format electronic, 2022.
8. Micu Cristina, *Dezvoltarea turismului durabil. Modelarea factorilor de influență*, Editura Uranus, București, 2013.
9. Pavel Stanciu, *Piața turistică. Relațiile ofertă-cerere și fundamentarea strategiilor de dezvoltare*, Editura Economică, București, 2016.
10. Pîrvu Ramona, *Turism internațional. Aspecte economice și sociale*, Editura Universitaria, Craiova, 2015.
11. Stănciulescu, Gabriela, Micu, Cristina, *Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz*, Editura C.H. Beck, București, 2009.
12. Stănciulescu, Gabriela, Micu, Cristina, *Economia turismului - Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă*, Editura Universității din Pitești, 2009.
13. Slusariuc, Gabriela Corina, *Economia turismului*, Editura Universitas, Petroșani, 2015.
14. Țigu Gabriela (coordonator), *Resurse și destinații turistice pe plan mondial*, Editura Uranus, București, 2011.
15. Timothy Lee, Stănciulescu, 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	1	▪ Dialogul ▪ Lucrul în grup ▪ Exercițiul ▪ Conversația euristică ▪ Dezbateri	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.	Principalii indicatori ce caracterizează circulația turistică	4		
5.	Caracteristicile pieței turismului. Determinarea orientării fluxurilor turistice	2		
6.	Organizarea turismului – Studii de caz	2		
7.	Indici de sezonabilitate. Coeficientul de concentrare Gini	3		
8.	Distribuția teritorială a bazei materiale a turismului în România	2		
9.	Serviciile turistice – Studii de caz	3		
10.	Indicatorii ocupării forței de muncă în turism	2		
11.	Indicatorii eficienței activității turistice	4		
12.	Evaluare finală	2		

Bibliografie:

1. Albu-Runceanu Carmen Cristina, *Turism balnear. Evoluție și tendințe la început de nou mileniu*, Editura Economică, București, 2021.
2. Băltărețu Andreea Mihaela, *Economia industriei turistice*, Editura Universitară, București, 2016.
3. Coros Monica Maria, *Managementul cererii și ofertei turistice*, Editura C.H. Beck, București, 2015.
4. Cristea Anca Adriana, *Industria agrementului în turism*, Editura Pro Universitaria, București, 2018.
5. Dridea Catrinel Raluca, *Agrementul și animația în turism. Studii de caz*, Editura Pro Universitaria, București, 2016.
6. Micu Cristina, *Dezvoltarea turismului durabil. Modelarea factorilor de influență*, Editura Uranus, București, 2013.
7. Micu Cristina, *Economia turismului - suport de curs pentru învățământul frecvență redusă*, format electronic, 2022.
8. Neacșu Nicolae, Neacșu Monica, Băltărețu Andreea, Drăghilă Marcela, *Resurse și destinații turistice în România*, Editura Universitară, București, 2016.
9. Nedelea Alexandru Mircea, *Turism. Studii de caz*, Editura Economică, București, 2021.
10. Stănciulescu, Gabriela, Micu, Cristina, *Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz*, Editura C.H. Beck, București, 2009.
11. Stănciulescu, Gabriela, Micu, Cristina, *Economia turismului - Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă*, Editura Universității din Pitești, 2009.
12. www.turism.gov.ro
13. www.insse.ro
14. www.europa.eu
15. www.world-tourism.org

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

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

10. Evaluare

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

Data completării
15 septembrie 2023

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
29 septembrie 2023

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 2023-2024

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București – Centrul Universitar 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 – Engleza					
2.2	Titularul activităților de curs					-					
2.3	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Nicoleta Florina MINCĂ					
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 învă.	28	3.5	din care curs	-	3.6	S / 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 - Platforma e-learning, conexiune internet

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 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	Economics	3	Expunerea cu material suport Explicația Exemplificarea Dialogul Conversația euristică	CD Player Tabla Videoproiector Calculator platformă e-learning (chat, forum) E-mail
2	On Partnership	3		
3	Banking	3		
4	Means of Payment	3		
5	Accounting	3		
6	Corporate Management	3		
7	Business Firms Going Global	3		
8	Marketing	3		
9	Advertising	2		
10	Evaluation finale	2		
Bibliografie: 1. Ashley, A., 2003, Oxford Handbook of Commercial Correspondence (New Edition), Oxford University Press. 2. Bantaș, A., Năstăsescu Violeta, 2000, Dicționar economic, Editura Niculescu, București. 3. Barghiel, V. et al., 2003, English for Business Administration, Editura Economică, București. 4. Chiriacescu, Adriana et.al., 2002, Corespondență de afaceri în limbile română și engleză, Editura Teora, București. 5. Duckworth, M., 2003, Business Grammar and Practice, Oxford University Press. 6. Gibson, R., 2002, Intercultural Business Communication, Oxford University Press. 7. Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty, 2014, Business Result. Intermediate. (B1) Student's Book. Oxford University Press. 8. Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty, 2014, Business Result. Intermediate. (B1) Audio CDs (2). Oxford University Press. 9. Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty, 2014, Business Result. Pre-Intermediate. (A2) Student's Book. Oxford University Press. 10. Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty, 2014, Business Result. Pre-Intermediate. (A2) Audio CDs (2). Oxford University Press. 11. Iarovici, Edith, Mareș, Liliana, 1993, Lecții de limba engleză pentru nivel avansat și mediu, Editura Teora. 12. Ilinca, Cristina, 2017, English for Business Communication, Editura Universitatii din Pitesti. 13. Jones, L., Alexander, A., 1989, International Business English, Cambridge, Cambridge University Press. 14. Lewis-Schätz, Sarah, Süchting, Dorte, 2006, Engleza de afaceri, Editura Niculescu, București. 15. Littlejohn, A., 2005, Business Correspondence, Fourth Edition, Cambridge University Press. 16. Loughheed, L., 2002, Business Correspondence – Low Intermediate Business Correspondence, Second Edition, Prentice Hall. 17. Marcheteau, M., Berman, J.P., Savio, M, 2006, Engleza comercială, Editura Niculescu, București. 18. Mackenzie, Ian, 2011, Professional English in Use Management. Cambridge University Press. 19. Mackenzie, Ian, 2016, Professional English in Use, Finance. Cambridge University Press. 20. Mincă, Nicoleta, Simoni, Smaranda, Maciu, Andreea, 2017, Business English, Editura Universitatii din Pitesti, Editia a II-a.				

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs			
10.5 Seminar	- prezența și participarea activă la seminar - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea	<i>Evaluare formativă, în timpul semestrului.</i> - prezența și participarea activă la seminar - test semestru - temă de casă <i>Evaluare sumativă, la sfârșitul semestrului.</i>	20% 30% 20% 30%
10.6 Standard minim de performanță	Stăpânirea noțiunilor fundamentale aferente tematicii abordate și capacitatea de a le exprima în limba engleză.		

Data completării
14 septembrie 2023

Titular de curs,
-

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Nicoleta Florina MINCĂ

Data aprobării în Consiliul departamentului,
29 septembrie 2023

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Educație fizică, 2023-2024

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București – Centrul Universitar 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					Lect. univ. dr. ENACHE Carmen					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	1	3.2	din care curs	-	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	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	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 alergare 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, din deplasare: HANDBAL Acțiuni tactice individuale de atac: demarcarea pentru intrarea în posesia mingii;	4	conversația, demonstrația, exersarea, observația, imitația, modelarea	

	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. Opriș 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* 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	- prezența și participarea activă la seminar,	Prezență și activitate la seminar	30
	- gradul de încadrare în cerințele impuse;	Testare 1	30
	- gradul de însușire a competențelor testate la evaluarea parțială.	Testare 2	30
10.6 Standard minim de performanță	Achiziționarea cel puțin a primelor 5 puncte componente ale competențelor profesionale precizate mai sus.	Evaluare finală	10

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
19 septembrie 2023

Titular de curs,
-

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Carmen ENACHE

Data aprobării în Consiliul departamentului,
29 septembrie 2023

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

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

FIȘA DISCIPLINEI

Comerț internațional, anul universitar 2023 – 2024

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București – Centrul Universitar 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					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
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								14
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								1
Examinări								1
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								-
3.7	Total ore studiu individual	44						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea elementelor de Economie, Economia întreprinderii 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 - Platforma e-learning, conexiune internet
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 - Platforma e-learning, conexiune internet

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea conceptului actual de „comerț internațional” precum și a tendințele referitoare la teoria și practica acestui domeniu. Identificarea problemelor actuale din sfera relațiilor economice internaționale.
--	---

7.2. Obiectivele specifice	A. <u>Obiective cognitive</u> - Familiarizarea cursanților cu terminologia, precum și cu fenomenele și procesele economice specifice comerțului internațional; - Cercetarea de către cursanți a particularităților regionale, în contextul regionalizării și globalizării economiei mondiale; - Dezvoltarea capacității de analiză și sinteză a fenomenelor și proceselor economice în ansamblu, analiza particularităților unei piețe, precum și a strategiilor practicabile. B. <u>Obiective procedurale</u> - Înțelegerea rolului comerțului internațional în cadrul economiei internaționale; - Familiarizarea cu mecanismul derulării unei tranzacții de comerț exterior; - Planificarea judicioasă, organizarea și controlul diferitelor operațiuni de comerț internațional; - Eficientizarea tranzacțiilor comerciale internaționale. C. <u>Obiective atitudinale</u> 1. Respectarea normelor de deontologie profesională (a codului deontologic), fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în comerț internațional; 2. Cooperarea în echipe de lucru pentru eficientizarea activității de comerț internațional; 3. Evitarea anumitor erori în activitatea de comerț internațional; 4. Urmărirea corectă a etapelor derulării tranzacțiilor internaționale.
----------------------------	---

8. Conținuturi

8.1. Curs			Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
Tema nr. 1 - Comerțul internațional, vehicul esențial al economiei internaționale				▪ prelegerea ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic ▪ exercițiul ▪ dezbateră cu oponent imaginar	Prezentarea în power – point
1.1.	Considerații generale	1			
1.2.	Domeniul de studiu al disciplinei Comerț internațional	1			
1.3.	Inovațiile, schimbările tehnologice și globalizarea, determinanți ai dezvoltării comerțului	1			
1.4.	Structura schimburilor internaționale	2			
1.5.	Organizația Internațională a Comerțului	1			
1.6.	Provocările dezvoltării durabile și mizele unei lumi durabile	1			
Tema nr. 2 - Diacronia teoriilor privind comerțul internațional					
2.1.	Teoria avantajului absolut	1			
2.2.	Teoria avantajului comparativ	1			
2.3.	Resursele și comerțul	1			
2.4.	Factorii specifici și distribuția veniturilor	1			
2.5.	Modelul standard al comerțului	1			
2.6.	Avantajul competitiv	1			
Tema nr. 3 - Economia internațională, sistem al relațiilor economice internaționale			3		
Tema nr. 4 - Politica comercială. Dezbateră comerț liber versus protecționism					
4.1.	Definiție, tipologie, instrumente	1			
4.2.	Politica tarifară	1			
4.3.	Politica netarifară	1			
4.4.	Formalități vamale și administrative la import	1			
4.5.	Politici de promovare și de stimulare a exportului	1			
4.6.	Comerț liber versus protectionism	1			
Tema nr. 5 - Abordări strategice ale internaționalizării. Companiile Multinaționale și Comerțul Internațional			3		
Tema nr. 6 - Comerțul Internațional, actor de prim rang în distribuția „PIB și Balanța de Plăți a unei țări”			3		

Bibliografie

1. Burciu Aurel (coordonator) - „*Tranzacții comerciale internaționale*”, Editura Polirom, Iași, 2010
2. Canton James - „*Provocările viitorului*”, Editura Polirom, Iași, 2010
3. Carroué Laurent, Collet Didier - „*La mondialisation contemporaine. Rapports de force et enjeux*”, Éditions Bréal, 2013
4. Fota Constantin - „*Comerț internațional și politici comerciale internaționale*”, Editura Universitaria, Craiova, 2002
5. Friedman George - „*Următorul deceniu. De unde venim...și încotro ne îndreptăm*”, Editura Litera, București, 2011
6. Friedman Milton, Friedman Rose - „*Libertatea de a alege. O declarație personală*”, Editura Publica, București, 2009
7. Gueutin Claire-Agnès - „*L'essentiel de l'économie internationale*”, Ellipses, France, 2013
8. Krugman Paul - „*End This depression, Now !*”, Ed. Melrose Road Partners, 2012
9. Krugman Paul - „*Întoarcerea Economiei Declinului și criza din 2008*”, Editura Publica, București, 2009
10. Krugman Paul, Maurice Obsfeld, Marc Melitz, 9-e édition - „*Économie internationale*”, Pearson Education France, 2012
11. Meghișan Flaviu - *Comerț internațional*, Editura Sitech, Craiova, 2014
12. Meghișan Flaviu – *Comerț internațional. Teorie, teste grilă, aplicații și studii de caz – manual universitar pentru IFR*, Editura Sitech, Craiova, 2017
13. Meghișan Flaviu – *Comerț internațional – manual universitar pentru IFR*, (suport electronic), Pitești, 2023
14. Porter Michael - „*Despre concurență*”, Editura Meteor Press, București, 2008
15. Roubini Nouriel, Mihm Stephen - „*Economia crizelor. Curs – fulger despre viitorul finanțelor*”, Editura Publica, București, 2010
16. Schumpeter Joseph A. - „*Poate supraviețui capitalismul? Distrugerea creatoare și viitorul economiei globale*”, Editura Publica, București, 2011
17. Starobin Paul - „*Sfârșitul secolului american și noile puteri mondiale*”, Editura Litera, București, 2011
18. Stiglitz Joseph E. - „*În cădere liberă. America, piața liberă și prăbușirea economiei mondiale*”, Editura Publica, București, 2010

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1.	Comerț internațional și marketing internațional în firma dvs.	3	Dialogul; conversația euristică; dezbateri	În cadrul acestei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării Referatul, fișa didactică
2.	Avantajul concurențial al firmei internaționale.	4		
3.	Opțiuni strategice ale multinaționalelor.	4		
4.	Comerț liber sau protecționism? Regionalizare versus globalizare.	4		
5.	Investițiile străine directe și multinaționalele.	4		
6.	Producția și schimbul la cei trei poli.	3		
7.	Administrarea operațiunilor de comerț internațional.	4		
8.	Evaluare finală	2		

Bibliografie:

1. Canton James - „*Provocările viitorului*”, Editura Polirom, Iași, 2010
2. Friedman George - „*Următorul deceniu. De unde venim...și încotro ne îndreptăm.*”, Editura Litera, București, 2011
3. Krugman Paul - „*End This depression, Now !*”, Ed. Melrose Road Partners, 2012
4. Krugman Paul, Obsfeld Maurice, Melitz Marc, 9-e édition - „*Économie internationale*”, Pearson Education France, 2012
5. Meghișan Flaviu - *Comerț internațional* – Editura Sitech, Craiova, noiembrie 2014
6. Meghișan Flaviu – *Comerț internațional. Teorie, teste grilă, aplicații și studii de caz – manual universitar pentru IFR*, Editura Sitech, Craiova, 2017
7. Meghișan Flaviu – *Comerț internațional – manual universitar pentru IFR*, (suport electronic), Pitești, 2023
8. Roubini Nouriel, Mihm Stephen - „*Economia crizelor. Curs – fulger despre viitorul finanțelor*”, Editura Publica, București, 2010
9. Starobin Paul - „*Sfârșitul secolului american și noile puteri mondiale*”, Editura Litera, București, 2011
10. 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	• Prezență și activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar, referatelor • Evaluare periodică • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Evaluare periodică • Evaluarea temelor de casă	20% 20% 30%
10.6 Standard minim de performanță	- Cunoașterea principalelor concepte specifice comerțului internațional		

Data completării

20 septembrie 2023

Titular de curs,

Conf. univ. dr. Flaviu MEGHIȘAN

Titular de seminar,

Conf. univ. dr. Flaviu MEGHIȘAN

Data aprobării în Consiliul departamentului,

29 septembrie 2023

Director de departament,
(prestator)

Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

Director de departament,
(beneficiar),

Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

FIȘA DISCIPLINEI

Comerț electronic, anul universitar 2023 – 2024

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București – Centrul Universitar 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 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

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								1
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								-
3.7	Total ore studiu individual	44						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector - Platforma e-learning, conexiune internet
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 - Platforma e-learning, conexiune internet

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. Comerțul electronic - concept și particularități	2	- prelegerea - exemplificarea - organizatorul grafic - exercițiul - dezbateră cu oponent imaginar	calculatorul (prezentarea în power –point)
2. Evoluții ale comerțului electronic contemporan	2		
3. Adaptarea comerțului la economia digitală.	3		
4. Cum să construiești afaceri profitabile printr-un marketing de clasă mondială	3		
5. Poziționarea comerțului ca factor determinant în economia digitală.	3		
6. Cum să ne adaptăm la noua eră a comerțului electronic	3		
7. Profituri și creștere prin înnoirea pieței	3		
8. Proiectarea activităților de comerț electronic	3		
9. Crearea platformelor competitive	3		
10. Controlul și evaluarea rezultatelor în comerțul electronic	3		

Bibliografie

1. Philip Kotler, Dipak Jain, Suvit Maesincee - „Marketingul în era digitală. O nouă viziune despre profit, creștere și înnoire”, Editura Meteor Press, București, 2009
2. Philip Kotler - „Kotler despre marketing. Cum să creăm, cum să câștigăm și cum să dominăm piețele”, Editura Brandbuilders, București, 2003
3. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan - „Marketing 3.0. De la produs la consumator și la spiritul uman”, Editura Publica București, 2010
4. Samuel Mercier - „L'éthique dans les entreprises”, Troisième Edition, Collection Repères, Éditions La Découverte, Paris, 2014
5. B. Joseph Pine II, James H. Gilmore - „Economia Experienței. Orice afacere e o scenă și tot ceea ce faci e un spectacol”, Editura Publica, București, 2010
6. James Canton - „Provocările viitorului. Principalele tendințe care vor reconfigura lumea în următorii 5, 10, 20 de ani”, Editura Polirom, Iași, 2010
7. Paul R. Gamble, Alan Tapp, Anthony Marsella, Merlin Stone - „Revoluția în marketing. O abordare radicală pentru o afacere de succes”, Editura Polirom, Iași, 2008
8. Michael E. Gordon - „Antreprenoriatul”, Colecția Capital, Editura Curtea Veche Publishing, București, 2012
9. Dan Hill - „Emotionomics. Cum să câștigi inimile și mințile oamenilor”, Editura Publica, București, 2010
10. Flaviu Meghișan - „Consumatorul. De la teorie la practică”, Editura Universitaria, Craiova, 2010
11. Gheorghe Piperea, Contracte și obligații comerciale, Editura C.H. Beck, București, 2019

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; dezbateră	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. Philip Kotler, Dipak Jain, Suvit Maesincee - „Marketingul în era digitală. O nouă viziune despre profit, creștere și înnoire”, Editura Meteor Press, București, 2009
2. Philip Kotler - „Kotler despre marketing. Cum să creăm, cum să câștigăm și cum să dominăm piețele”, Editura Brandbuilders, București, 2003
3. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan - „Marketing 3.0. De la produs la consumator și la spiritul uman”, Editura Publica București, 2010
4. George A. Akerlof, Robert J. Shiller - „Spirite animale. Despre felul în care psihologia umană influențează economia și ce înseamnă asta pentru capitalismul global”, Editura Publica, București, 2010
5. Dan Ariely - „Irațional în mod previzibil: forțele ascunse care ne influențează deciziile”, Editura Publica, București, 2010
6. James Canton - „Provocările viitorului. Principalele tendințe care vor reconfigura lumea în următorii 5, 10, 20 de ani”, Editura Polirom, Iași, 2010
7. Martin Lindstrom - „Buyology”, Editura Publica, București, 2011
8. Flaviu Meghișan - „Strategii concurențiale de marketing”, Editura Universitaria, Craiova, 2017

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

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

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

10. Evaluare:

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală	30 %
10.5 Seminar	• Activitate seminar și prezență - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar, 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
15 septembrie 2023

Titular de curs,

Titular de seminar,

Data aprobării în Consiliul departamentului,
29 septembrie 2023

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

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

FIȘA DISCIPLINEI

Marketing în comerț, turism și servicii
Anul universitar 2023 – 2024

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București – Centrul Universitar 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								1
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								-
3.7	Total ore studiu individual	44						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

3. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

4. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- 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 ▪ dezbateră 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. Philip Kotler - „ <i>Kotler despre marketing. Cum să creăm, cum să câștigăm și cum să dominăm piețele</i> ”, Editura Brandbuilders, București, 2003				
2. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan - „ <i>Marketing 3.0. De la produs la consumator și la spiritul uman</i> ”, Editura Publica București, 2010				
3. Philip Kotler, Gary Armstrong - „ <i>Principiile marketingului</i> ”, Ediția a-III-a, Editura Teora, București, 2004				
4. Peter Fisk - „ <i>Geniu în marketing</i> ”, Editura Meteor Press, București, 2008				
5. Sorina Gîrboveanu, Liviu Crăciun, Flaviu Meghișan, Cătălin Barbu - „ <i>Marketing în Comerț, Turism și Servicii</i> ”, Editura Universității din Pitești, 2009				
6. Flaviu Meghișan - „ <i>Economie Comercială</i> ”, Editura Universitaria Craiova și ProUniversitaria București, 2013				
7. Flaviu Meghișan - „ <i>Strategii concurențiale de marketing</i> ”, Editura Universitaria, Craiova, 2007				
8. Flaviu Meghișan - „ <i>Etică în afaceri</i> ”, Editura Sitech, Craiova, 2016				
9. Flaviu Meghișan - „ <i>Consumatorul. De la teorie la practică</i> ”, Editura Universitaria, Craiova, 2010				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1.	Comportamentul consumatorului de servicii	4	Dialogul; conversația euristică; dezbateră	În cadrul acestei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării
2.	Reacții ale firmei la evoluția mediului de marketing	4		
3.	Particularități ale mixul de marketing în comerț, turism și servicii	4		
4.	Harta serviciului – instrument de conducere a procesului de prestație	2		

5.	Marketingul intern – premisă a excelenței în firmele de servicii	4	Referatul, fișa didactică
6.	Coordonate ale calității în sectorul serviciilor	2	
7.	Previzionarea cererii viitoare în comerț, turism și servicii	4	
8.	Evaluarea și controlul performanței în marketing	2	
9.	Evaluare finală	2	

Bibliografie:

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

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

- 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 și prezență - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar, referatelor • Evaluare periodică • 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
15 septembrie 2023

Titular de curs,

Titular de seminar,

Data aprobării în Consiliul departamentului,
29 septembrie 2023

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Etică și integritate academică, 2023-2024

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București – Centrul Universitar 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					Etică și integritate academică					
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

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								8
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								8
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								4
Tutorat								1
Examinări								1
Alte activități (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								-
3.7	Total ore studiu individual	22						
3.8	Total ore pe semestru	50						
3.9	Număr de credite	2						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu video-proiector - Prezentarea proiectului
5.2	De desfășurare a seminarului	-

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	
Competențe transversale	- CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă – 1 PC; - CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare – 1 PC.

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea importanței cursului în mediul universitar și însușirea caracteristicilor specifice eticii și integrității academice în perspectiva dezvoltării unei cariere profesionale
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive - Explicarea, interpretarea și utilizarea adecvată a diferitelor concepte privind etica și integritatea academică - Cunoașterea de către studenți a problematicei eticii și integrității academice în cercetarea științifică și diseminarea rezultatelor activității lor profesionale B. Obiective procedurale - Formarea deprinderilor de utilizare a metodelor și tehnicilor de evaluare a fenomenului integrității în mediul universitar - Familiarizarea studenților cu metodologia și instrumentarul de lucru al sistemelor și mijloacelor de asigurare a eticii și integrității academice C. Obiective atitudinale - Capacitatea de a lucra în echipă în demersurile de cercetare științifică, în condiții de etică și integritate academică

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Elemente introductive. Necesitate și realitate. Preocupări la nivel național și internațional.	1	▪ prelegerea ▪ exemplificarea ▪ expunerea cu material suport	<i>calculatorul</i> <i>(prezentări în power –point)</i>
2	Definirea noțiunilor și a conceptelor: morala, etica, integritatea și deontologia academică, corupția.	1		
3	Fundamente și standarde de integritate în activitatea didactică și de cercetare în învățământul superior.	2		
4	Munca în echipă: aspecte deontologice, rezultate, diseminare, relativitate/ambiguitate.	2		
5	Redactarea unei lucrări științifice.	2		
6	Plagiatul și autoplagiatul: definire, forme.	2		
7	Soft-uri dedicate de verificare a lucrărilor științifice: limitări, avantaje.	2		
8	Evaluare periodică	2		
Bibliografie - Boyd, W.E., Healey, R.L., Hardwick; S.W., Haigh, M., Klein, P., Doran, B., Trafford, J., Bradbeer, J. 2008. None of Us Sets Out To Hurt People': The Ethical Geographer and Geography Curricula in Higher Education, <i>Journal of Geography in Higher Education</i>, Vol. 32, No. 1, 37-50. DOI: 10.1080/03098260701731462 - Cargill, M., O'Connor, P. 2013. Writing Scientific Research Articles: Strategy and Steps, John Wiley & Sons. - Chelcea, S. 2003. Metodologia elaborării unei lucrări științifice, Edit. Comunicare, București. - Jordan, S.R. 2013. Conceptual Clarification and the Task of Improving Research on Academic Ethics, <i>J Acad Ethics</i>, 11:243-256. DOI 10.1007/s10805-013-9190-y - Marsh, B. 2012. Plagiarism: Alchemy and Remedy in Higher Education, SUNY Press. - Meghișan F. – <i>Etica și integritate academică – suport de curs pentru învățământul cu frecvență redusă</i> (format electronic), 2023 - Papadima, L. (coord.) 2017. Deontologie academică, Curriculum-cadru, Universitatea din București. - Șarpe, D., Popescu, D., Neagu, A., Ciucur, V. 2011. Standarde de integritate în învățământul universitar, Unitatea Executivă pentru Finanțarea Învățământului Superior, a Cercetării, Dezvoltării și Inovării. - Șercan, E. 2017. Deontologie academică. Ghid practic, Editura Universității din București. - Ștefan, E.E., 2021. Etică și integritate academică, Ediția a II-a, revăzută și adăugită, Editura Pro Universitaria, București. - Wendy Sutherland-Smith, W. 2008. Plagiarism, the Internet, and Student Learning: Improving Academic Integrity, Routledge. - Whidby, M.A. 2012. Citation handling: processing citation texts in scientific documents, Thesis, ProQuest LLC. - Legea educației naționale nr. 1/2011. http://www.dreptonline.ro/legislatie/legea_educatiei_nationale_lege_1_2011.php - Legea nr. 206/2004 privind buna conduită în cercetarea științifică, dezvoltarea tehnologică și inovare. https://lege5.ro/Gratuit/gu3donrv/legea-nr-206-2004-privind-buna-conduita-in-cercetarea-stiintifica-dezvoltarea-tehnologica-si-inovare - Legea nr. 398/2006 pentru modificarea și completarea Legii nr. 206/2004 privind buna conduită în cercetarea științifică, dezvoltarea tehnologică și inovare. https://lege5.ro/Gratuit/geydamjrgq/legea-nr-398-2006-pentru-modificarea-si-completarea-legii-nr-206-2004-privind-buna-conduita-in-cercetarea-stiintifica-dezvoltarea-tehnologica-si-inovare - Legea nr. 319/2003 privind Statutul personalului de cercetare-dezvoltare. http://www.cdep.ro/pls/legis/legis_pck.http_act_text?id=49472 - Ordinul nr. 211/2017 privind aprobarea Regulamentului de organizare și funcționare a Consiliului Național de Etică a Cercetării Științifice, Dezvoltării Tehnologice și Inovării, precum și a componenței nominale a acestuia. https://lege5.ro/Gratuit/ge2tqmrthe3a/ordinul-nr-211-2017-privind-aprobarea-regulamentului-de-organizare-si-functionare-al-consiliului-national-de-etica-a-cercetarii-stiintifice-dezvoltarii-tehnologice-si-inovarii-precum-si-a-componentei- - Ordinul nr. 6085/2016 privind constituirea Consiliului de etică și management universitar și aprobarea Regulamentului de organizare și funcționare a Consiliului de etică și management universitar. https://lege5.ro/Gratuit/geztgnzsguya/ordinul-nr-6085-2016-privind-constituirea-consiliului-de-etica-si-management-universitar-si-aprobarea-regulamentului-de-organizare-si-functionare-a-consiliului-de-etica-si-management-universitar				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor și a proiectului	2	- dialogul - dezbaterea - lucrul în echipa	Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
2	Morala, etica, integritatea și deontologia academică.	2		
3	Corupția (mita) în mediul universitar.	2		

4	Redactarea unor materiale științifice: lucrări de licență, dizertație, doctorat, articole științifice. Norme.	2	- conversația euristică	
5	Cum lucrăm în echipă: documentare, rezultate, diseminare.	2		
6	Plagiatul și autoplagiatul.	2		
7	Cum se utilizează soft-urile dedicate de verificare a lucrărilor științifice?	2		

Bibliografie

1. Jordan, S.R. 2013. Conceptual Clarification and the Task of Improving Research on Academic Ethics, *J Acad Ethics*, 11:243-256. [DOI 10.1007/s10805-013-9190-y](https://doi.org/10.1007/s10805-013-9190-y)
2. Marsh, B. 2012. Plagiarism: Alchemy and Remedy in Higher Education, SUNY Press.
3. Meghișan F. – *Etica și integritate academică – suport de curs pentru învățământul cu frecvență redusă* (format electronic), 2022
4. Papadima, L. (coord.) 2017. Deontologie academică, Curriculum-cadru, Universitatea din București.
5. Șarpe, D., Popescu, D., Neagu, A., Ciucur, V. 2011. Standarde de integritate în învățământul universitar, Unitatea Executivă pentru Finanțarea Învățământului Superior, a Cercetării, Dezvoltării și Inovării.
6. Șercan, E. 2017. Deontologie academică. Ghid practic, Editura Universității din București.
7. Ștefan Elena Emilia. 2021. Etică și integritate academică, Editia a II-a, revăzută și adăugită, Editura Pro Universitaria, București

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

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

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

10. Evaluare

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

Data completării
15 septembrie 2023

Titular de curs,

Titular de seminar,

Data aprobării în Consiliul departamentului,
29 septembrie 2023

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Etică în afaceri, anul universitar: 2023 – 2024

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București – Centrul Universitar 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												Etică în afaceri			
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	

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 inv.	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								8
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								8
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								4
Tutorat								1
Examinări								1
Alte activități (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								-
3.7	Total ore studiu individual	22						
3.8	Total ore pe semestru	50						
3.9	Număr de credite	2						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu video-proiector - Platforma e-learning, conexiune internet
5.2	De desfășurare a seminarului	- Prezentarea proiectului - Platforma e-learning, conexiune internet

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	Însușirea de către studenți a principalelor fundamente teoretice ale eticii în afaceri
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte ale eticii de bază, a principalelor teorii și orientări etice, a naturii, a funcțiilor și a formelor eticii, a componentelor eticii și a caracteristicilor fiecăreia; 2. Operarea cu conceptele fundamentale ale eticii aplicate; 3. Explicarea și interpretarea diferitelor concepte și teorii ale eticii aplicate; 4. Definirea corectă a obiectului de studiu al eticii în afaceri și stabilirea relațiilor pe care etica le are cu alte științe; B. Obiective procedurale 1. Capacitatea de a realiza analiza și interpretarea realităților din firme; 2. Capacitatea de exercitare cu eficacitate și eficiență a funcțiilor managementului;

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Tema I – ECONOMIA DE PIAȚĂ ȘI VALORILE ETICE 1.1. Evoluția eticii ca ramura a filozofiei 1.2. Metaetica și etica normativă 1.3. Pozitivism economic și umanism economic: de la modelul shareholderilor la teoria factorilor interesați	2	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	Tema II – ETICA APLICATA. ETICA PROFESIONALĂ 2.1. Etica relațiilor de muncă 2.2. Etica și acționariat. Etica piețelor financiare 2.3. Etica în marketing 2.4. Etica afacerilor internaționale	2		
3	Tema III – INTERESUL RAȚIONAL. AFACERILE ÎN PERSPECTIVĂ MICROECONOMICĂ 3.1. Ce nu este o afacere 3.2. Ce este o afacere 3.3. Afacerile în perspectivă microeconomică 3.4. Interesul rațional	2		
4	Tema IV- COMPETIȚIE ȘI COOPERARE 4.1. Egoismul îngust 4.2. Dileme sociale și teoria jocurilor strategice 4.3. Natura cooperantă a afacerilor	2		
5	Tema V – RESPONSABILITATEA SOCIALĂ. AFACERILE ÎN PERSPECTIVĂ MACROSOCIALĂ 5.1. O perspectivă contractualistă asupra afacerilor 5.2. Ce este o corporație ? 5.3. Responsabilitatea socială a corporațiilor 5.4. Teoria participativă a firmei 6.5. Răspunderea corporațiilor	2		
6	Tema VI – AFACERI ȘI CONSUMATORI ȘI PRACTICA ETICII 6.1. Consumatorii – stăpâni sau victime ? 6.2. Probleme etice în politica de marketing 6.3. Probleme etice în strategia de marketing 6.4. Responsabilitatea etică a consumatorilor 6.5. Probleme de ordin etic în management (mita, constrângerea, înșelăciunea, furtul, discriminările) 6.6. Etica în publicitate 6.7. Concurența și etica 6.8. Codurile etice ale organizației	2		
7	Evaluare periodică	2		

Bibliografie

1. Bigu Dragoș, *Etica în afaceri. Structuri conceptuale și aplicații*, Editura A.S.E., București, 2014
2. Bocean Claudiu George, Vărzaru Anca Antoaneta, *Etica în afaceri, responsabilitatea socială și sustenabilitatea în economia contemporană*, Editura Universitară, București, 2021
3. Bordea Cosmin, *Etica în organizații. O abordare centrată pe managementul execuției. Instrumente pentru manageri eficienți*, Editura Casa Cărții de Știință, București, 2018
4. Capcelea, V. , *Etica – manual pentru instituțiile de învățământ superior*, Ed. ARC, Chișinău, 2013
5. Collins Jim, *Excelența în afaceri*, Editura Curtea Veche, București, 2017
6. Covey R. Stephen, *Etica liderului eficient sau conducerea bazată pe principii*, Ed. Litera, București, 2020
7. Dascălu Nicoleta, *Etica în afaceri – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă* (suport electronic), 2023
8. Militaru Cezar, Zanfir Adriana, *Etica și cultura în afacerile internaționale*, Editura Universitară, București, 2017
9. Miroiu Adrian, Volacu Alexandru, Cutas Daniela, *Alegeri morale. Teme actuale de etică aplicată*, Editura Polirom, București, 2021
10. Morar Vasile, Crăciun Dan, Macoviciuc Vasile, *Etica în afaceri – Concepte, teorii, situații morale*, Editura

- Paideia, București, 2017
11. Mureșan V., *Managementul eticii în organizații*, Editura Universității din București, București, 2009
12. Potincu Laura, *Etica în afaceri și responsabilitate socială corporatistă*, Editia a II-a, Editura C.H. BECK, București, 2019
13. Werhane P.H., Freeman E.R., *Business Ethics*, Blackwell Publishing, Malden, Oxford, 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 - dezbateri - lucru în echipa	Prezentarea în power –point Articole disponibile online Studii de caz Ghid proiect
2	Identificarea rolului Eticii în societate românească. Problemele centrale ale moralei, cu influență în domeniului afacerilor?	2		
3	Problemele centrale ale moralei, cu influență în domeniului afacerilor?	2		
4	Ce înseamnă a avea un comportament etic în afaceri? Discuții privind principiile etice universale. Precizarea unui cumul de reguli morale	2		
5	Descrierea comportamentului etic în afaceri și precizarea principalelor modalități de promovare a acestuia. Stabilirea principalelor consecințe ale unui comportament contrar Eticii?	2		
6	Elaborarea unui proiect în care să fie evidențiate principalele avantaje/dezavantaje ale codurilor de etică?	2		
7	Afaceri și acționari. Afaceri și angajați	2		

Bibliografie

- Bigu Dragoș, *Etica în afaceri. Structuri conceptuale și aplicații*, Editura A.S.E., București, 2014
- Bocean Claudiu George, Vărzaru Anca Antoaneta, *Etica în afaceri, responsabilitatea socială și sustenabilitatea în economia contemporană*, Editura Universitară, București, 2021
- Bordea Cosmin, *Etica în organizații. O abordare centrată pe managementul execuției. Instrumente pentru manageri eficienți*, Editura Casa Cărții de Știință, București, 2018
- Collins Jim, *Excelența în afaceri*, Editura Curtea Veche, București, 2017
- Covey R. Stephen, *Etica liderului eficient sau conducerea bazată pe principii*, Ed. Litera, București, 2020
- Dascălu Nicoleta, *Etica în afaceri – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă* (suport electronic), 2023
- Duncan Sarah, *Ghid pentru Etica în Afaceri*, Editura Prior & Books, București, 2021
- Miroiu Adrian, Volacu Alexandru, Cutas Daniela, *Alegeri morale. Teme actuale de etică aplicată*, Editura Polirom, București, 2021
- Morar Vasile, Crăciun Dan, Macoviciuc Vasile, *Etica în afaceri – Concepte, teorii, situații morale*, Editura Paideia, București, 2017
- Mureșan V., *Managementul eticii în organizații*, Editura Universității din București, București, 2009
- Osterwalder Alexander, Pigneur Yves, *Business Model Generation*, Editura PUBLICA, București, 2018
- Popa M., Salanță I.I., Scorțar L., Isopescu A.G., *Etica în afaceri. Sinteze și studii de caz*, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2011
- Potincu Laura, *Etica în afaceri și responsabilitate socială corporatistă*, Editia a II-a, Editura C.H. BECK, București, 2019
- Potincu Laura, Potincu Cristian, *Etica în afaceri și responsabilitate socială corporatistă*, Editura C.H. Beck, București, 2014
- Werhane P.H., Freeman E.R., *Business Ethics*, Blackwell Publishing, Malden, Oxford, 2011.

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare finală.	30 %

10.5 Seminar	- prezență și participarea activă la seminar, implicarea în rezolvarea studiilor de caz;	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog.	30%
	- corectitudinea utilizării terminologiei juridice; - coerența logică a prezentării; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Prezentarea liberă a proiectului; - Chestionare orală sub formă de dialog.	40%
10.6 Standard minim de performanță	▪ Cunoașterea și dobândirea capacității de utilizare a conceptelor, metodelor și procedeelelor specifice <i>Eticii</i>. ▪ Stabilirea unui sistem de valori comune pentru domeniul afacerilor. ▪ Însușirea problemelor centrale ale moralei, cu influență majoră pentru domeniul afacerilor.		

Data completării
15 septembrie 2023

Titular de curs,

Titular de seminar,

Data aprobării în Consiliul departamentului,
29 septembrie 2023

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

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

FIȘA DISCIPLINEI

Dezvoltare locală și regională, 2023-2024

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București – Centrul Universitar 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					Dezvoltare locală și regională					
2.2	Titularul activităților de curs					Lect. univ. dr. Tuță Maria Loredana					
2.3	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Tuță Maria Loredana					
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	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								8
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								8
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								4
Tutorat								1
Examinări								1
Alte activități (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								-
3.7	Total ore studiu individual	22						
3.8	Total ore pe semestru	50						
3.9	Număr de credite	2						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu video-proiector - Platforma e-learning, conexiune internet
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 - Platforma e-learning, conexiune internet

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	
Competențe transversale	- CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă – 1 PC; - CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare – 1 PC.

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Dezvoltarea capacităților și abilităților cursanților de a promova și implementa politicile de dezvoltare locală și regională și de a analiza evoluțiile economice și sociale la nivelul regiunilor de dezvoltare din România.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Cunoașterea și înțelegerea conceptelor de dezvoltare regională și dezvoltare locală 2. Folosirea indicatorilor concentrării și repartiției regionale. 3. Cunoașterea mecanismului de planificare regională 4. Dezvoltarea abilităților de gândire în evaluarea unor situații legate de diminuarea disparităților regionale. 5. Definirea corectă a obiectului de studiu al disciplinei „Dezvoltare locală și regională” și stabilirea relațiilor pe care aceasta le are cu alte științe economice.

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Dezvoltarea locală și regională – abordări conceptuale	2	- prelegerea - dezbateră cu oponent imaginar - organizatorul grafic	Prezentarea în power –point
2	Cadrul instituțional al politicii de dezvoltare regională în România	2		
3	Politica de dezvoltare regională în Uniunea Europeană	2		
4	Instrumente financiare pentru realizarea politicii regionale	3		
5	Dezvoltarea regională în România	3		
6	Strategii de dezvoltare locală (regională)	2		
Bibliografie				
1. Antonescu Daniela, <i>Dezvoltarea regională. Teorie și practică</i> , Editura Lumen, Iași, 2019				
2. Constantin Daniela Luminița, <i>Economie regională. Teorii, modele, politici</i> , Editura ASE, București, 2010				
3. Dona Ion, <i>Economie rurală</i> , Editura Economică, București, 2015				
4. Ghizdeanu Ion, <i>Prognoză regională</i> , Editura Mustang, București, 2010				
5. Hurjui Marcela Cristina, <i>Politica regională în cadrul UE</i> , Editura Pro Universitaria, București, 2015				
6. Iuhas Valeriu, <i>Dezvoltarea economică regională</i> , Editura Emia, Deva, 2018				
7. Mateoc-Sîrb Nicoleta, Mănescu Camelia, <i>Dezvoltarea rurală și organizarea teritoriului</i> , Editura Mirton, Timișoara , 2012				
8. Mătușescu Constanța, Gila Claudia, <i>Puterile regionale și locale în Uniunea Europeană</i> , Editura Universul Juridic, București, 2011				
9. Rogajanu Dumitru Cătălin, <i>Regionalizare și politici regionale</i> , Editura Lumen, Iași, 2014				
10. Tuță Loredana, <i>Dezvoltare locală și regională – suport de curs pentru învățământul frecvență redusă</i> (pe suport electronic), 2023				
11. Ungureanu George, Mateoc-Sîrb Nicoleta, <i>Dezvoltarea regională și rurală. Evoluții și tendințe</i> , Editura Mirton, Timișoara, 2010				
12. https://ec.europa.eu/eurostat				
13. https://www.fonduri-structurale.ro				
14. https://www.inforegio.ro				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, prezentarea structurii temei de casă și distribuirea temelor	2	- dialogul - dezbateră lucru în echipa - conversația euristică	Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
2	Caracterizarea regiunilor de dezvoltare ale României	2		
3	Politica de dezvoltare regională în Uniunea Europeană	2		
4	Instrumente financiare pentru dezvoltarea regională	2		
5	Politica de dezvoltare regională în România	2		
6	Fundamentarea programelor de dezvoltare regională	2		
7	Evaluare finală	2		
Bibliografie				
1. Antonescu Daniela, <i>Dezvoltarea regională. Teorie și practică</i> , Editura Lumen, Iași, 2019				
2. Constantin Daniela Luminița, <i>Economie regională. Teorii, modele, politici</i> , Editura ASE, București, 2010				
3. Dona Ion, <i>Economie rurală</i> , Editura Economică, București, 2015				
4. Ghizdeanu Ion, <i>Prognoză regională</i> , Editura Mustang, București, 2010				
5. Hurjui Marcela Cristina, <i>Politica regională în cadrul UE</i> , Editura Pro Universitaria, București, 2015				
6. Iuhas Valeriu, <i>Dezvoltarea economică regională</i> , Editura Emia, Deva, 2018				
7. Mătușescu Constanța, Gila Claudia, <i>Puterile regionale și locale în Uniunea Europeană</i> , Editura Universul Juridic, București, 2011				

8. Rogajanu Dumitru Cătălin, *Regionalizare și politici regionale*, Editura Lumen, Iași, 2014
9. Tuță Loredana, *Dezvoltare locală și regională – suport de curs pentru învățământul frecvență redusă* (pe suport electronic), 2023
10. Ungureanu George, Mateoc-Sîrb Nicoleta, *Dezvoltarea regională și rurală. Evoluții și tendințe*, Editura Mirton, Timișoara, 2010
11. <https://ec.europa.eu/eurostat>
12. <https://www.fonduri-structurale.ro>
13. <https://www.inforegio.ro>

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

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

Notă: Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București evaluează periodic gradul de satisfacție al reprezentanților angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenți.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluare finală - probă scrisă (2 ore)	30%
10.5 Seminar	- Prezență și activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar.	Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog.	20%
	- Test de verificare	Testare	20%
	- Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	Prezentarea temei de casă. Chestionare orală.	30%
10.6 Standard minim de performanță	1. Cunoașterea conceptului și a principiilor dezvoltării regionale. 2. Cunoașterea componenței regiunilor de dezvoltare în România. 3. Cunoașterea principiilor fundamentale care stau la baza politicii de dezvoltare regională și locală.		

Data completării
21 septembrie 2023

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
29 septembrie 2023

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

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