

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

3. Timpul total estimat

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea elementelor de Economie, Economia întreprinderii, Marketing, Fundamentarea științei mărfurilor – studiate în anul I sau în sem. 1 al anului II.
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector - 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

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Comerțul și știința economică. Evoluția, locul și rolul comerțului în activitatea economică și socială.	3	▪ prelegerea ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic ▪ exercițiul ▪ dezbaterile cu oponent imaginar	<i>calculatorul</i> (prezentarea în power –point)
2	Cererea și oferta de mărfuri	3		
3	Prețul, factor de echilibru între cerere și ofertă	3		
4	Distribuția mărfurilor	3		
5	Organizarea activității de depozitare.	3		
6	Atributele punctului de vânzare.	2		
7	Tehnologia amenajării magazinului. Practica merchandising-ului	2		
8	Comunicarea comercială.	3		
9	Contingența dintre forța de vânzare și activitatea comercială.	3		
10	Eficiența socială a activității comerciale. Responsabilitatea și etica corporativă.	3		

Bibliografie

1. Canton James - „*Provocările viitorului*”, Editura Polirom, Iași, 2010
2. Costandache Mihaela, Ionescu A., *Tehnici comerciale*, Editura Pro Universitaria, București, 2012
3. Criveanu Ion - „*Economia Comerțului*”, Editura Universitaria, Craiova, 2010
4. Drucker Peter - „*Despre decizie și eficacitate*”, Editura Meteor Press, București, 2007
5. Florian Gyula-Laszlo, *Creșterea competitivității firmelor prin raționalizarea vânzărilor*, Editura ASE, București, 2014
6. Friedman Milton, Friedman Rose - „*Libertatea de a alege. O declarație personală*”, Ed. Publica, București, 2009
7. Meghișan Flaviu - „*Comportamentul consumatorului*”, Editura Universității din Pitești, 2010
8. Meghișan Flaviu - „*Economie Comercială*” - suport de curs în format IFR (suport electronic), 2023
9. Meghișan Flaviu - „*Economie Comercială*” Editura Universitaria Craiova, 2013
10. Meghișan Flaviu - „*Etică în afaceri*”, Editura Sitech, Craiova, 2016
11. Meghișan Flaviu - „*Strategii concurențiale de marketing*”, Editura Universitaria, Craiova, 2007
12. Patriche Dumitru (coordonator) - „*Economie comercială*”, Editura Economică, București, 1998
13. Teleșpan Constantin - „*Economia comerțului*”, Editura Psihomedica, Sibiu, 2017

8.2. Seminar: Aplicații		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1.	Prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuția temelor de casă. Comerțul - obiect al științei economice, formă a schimbului în economie și ramură a economiei naționale	2	Exerciții de reflecție; dialogul; conversația euristică; dezbateri	În cadrul acestei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării Referatul, fișa didactică
2.	Influențele factorilor economici, demografici și psihologici asupra cererii și a ofertei de mărfuri	4		
3.	Consumul, consumatorii și societatea de consum	2		
4.	Analiza ponderii activității comerciale în PIB al României	4		
5.	Politici privind vânzările de mărfuri	4		
6.	Amplasarea și dimensionarea depozitelor comerciale. Localizarea punctului de vânzare. Asortimentul de mărfuri și servicii.	4		
7.	Comerțului cu amănuntul.	4		
8.	Comerțului cu ridicata.	4		

Bibliografie:

1. Costandache Mihaela, Ionescu A., *Tehnici comerciale*, Editura Pro Universitaria, București, 2012
2. Criveanu Ion - „*Economia Comerțului*”, Editura Universitaria, Craiova, 2010
3. Florian Gyula-Laszlo, *Creșterea competitivității firmelor prin raționalizarea vânzărilor*, Editura ASE, București, 2014
4. Friedman Milton, Friedman Rose - „*Libertatea de a alege. O declarație personală*”, Ed. Publica, București, 2009
5. Meghișan Flaviu - „*Comportamentul consumatorului*”, Editura Universității din Pitești, 2010
6. Meghișan Flaviu - „*Economie Comercială*” - suport de curs în format IFR (suport electronic), 2023
7. Meghișan Flaviu - „*Economie Comercială*”, Editura Universitaria, Craiova, 2013
8. Meghișan Flaviu - „*Etică în afaceri*”, Editura Sitech, Craiova, 2016
9. Teleșpan Constantin - „*Economia comerțului*”, Editura Psihomedica, Sibiu, 2017

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

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

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

10. Evaluare:

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- prezență activă; - corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală	50 %
10.5 Seminar	• Prezență și activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea temei de casă	10% 10% 30%

10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea principalelor concepte utilizate în economia comercială
------------------------------------	---

Data completării
20 septembrie 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
Economia serviciilor, 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					Economia serviciilor					
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	2	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								15
Tutorat								3
Examinări								2
Alte activități (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								1
3.7	Total ore studiu individual	69						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Microeconomie, Statistică economică, Economia turismului
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Însușirea de către studenți a unui ansamblu de cunoștințe teoretice și practice, a unui sistem de instrumente statistico-matematice capabil să le permită soluționarea problemelor cu care se confruntă sectorul serviciilor.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive - Explicarea și interpretarea conceptelor, noțiunilor specifice disciplinei. - Dezvoltarea capacității de a înțelege, interpreta și valorifica prin propuneri concrete tendințele conjuncturale din domeniul terțiar. - Formarea propriilor convingeri și concepții despre modul de formare a ofertei de servicii și de stabilire a tarifelor în sectorul terțiar. - Definirea corectă a obiectului de studiu și stabilirea relațiilor pe care economia serviciilor le are cu alte științe.

	B. Obiective procedurale
	1. Corelarea unor experiențe practice cu unele teorii și modele ce privesc dezvoltarea sectorului serviciilor.
	2. Utilizarea corectă a metodelor de analiză a ofertei și cererii pentru servicii.
	C. Obiective atitudinale
	1. Dezvoltarea capacității de analiză a contextului global al serviciilor și a implicațiilor globalizării asupra dezvoltării economice mondiale și regionale.
	2. Dezvoltarea capacității studenților de a concepe și iniția proiecte de cercetare în servicii.
	3. Încurajarea și stimularea studenților în aplicarea rezultatelor obținute din analize și din studiul teoretic al disciplinei în rezolvarea unor probleme identificate în activitatea profesională.

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Conținutul și sfera de cuprindere a serviciilor	3	▪ prelegerea ▪ expunerea cu material suport ▪ explicația ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentări în power –point)</i>
2	Tipologia serviciilor	3		
3	Locul și rolul serviciilor în economia modernă	3		
4	Piața serviciilor	3		
5	Oferta, cererea și tarifele pentru servicii	3		
6	Servicii pentru întreprinderi	2		
7	Servicii pentru populație	2		
8	Servicii internaționale	3		
9	Resursele umane și materiale în sectorul serviciilor	3		
10	Eficiența economică și socială a serviciilor	3		
Bibliografie				
- Andreiana Violeta Andreea, Bădicu Georgiana Daniela, <i>Economie în servicii</i>, Editura Pro Universitaria, București, 2017 - Bodescu Dan, <i>Economia serviciilor. Sinteze și aplicații</i>, Editura “Ion Ionescu de la Brad”, Iași, 2012 - Ionașcu Viorica, Drăguț Bogdănel, Danelescu Dominic - <i>Economia serviciilor. Teorie și aplicații</i>. Editura Pro Universitaria, București, 2013 - Ioncică Maria, Popescu Delia, Petrescu Eva-Cristina, Ioncică-Panait Diana, <i>Strategii de dezvoltare a serviciilor</i>, Editura ASE, București, 2019 - Ioniță Roxana, <i>Economia serviciilor. Manual de studiu individual</i>, Editura Pro Universitaria, București, 2012 - Maniu Cristina, <i>Economia serviciilor în epoca contemporană</i>, Editura Universitară, București, 2010 - Maniu Laura Cristina, Zaharia Marian, Stan Roxana Elena, <i>Economia serviciilor și globalizarea</i>, Editura Universitară, București, 2013 - Maxim Olga Irina, <i>Economia serviciilor</i>, Editura Universității Aurel Vlaicu, Arad, 2011 - Miculescu Corina, <i>Economia serviciilor. Manual de studiu individual</i>, Editura Eurostampa, Timișoara, 2012 - Mihai Laurențiu Stelian, <i>Managementul serviciilor</i>, Editura Universitaria, Craiova, 2023 - Soca Diana, <i>Piața mondială a serviciilor</i>, Editura Universitară, București, 2010 - Toma Viorica, <i>Managementul serviciilor</i>, Editura Junimea, Iași, 2013 - Tuță Loredana, <i>Economia serviciilor – suport de curs pentru învățământul frecvență redusă</i> (pe suport electronic), 2023				
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 echipă - conversația euristică	Studii de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
2	Caracteristicile și tipologia serviciilor	2		
3	Corelații între dezvoltarea serviciilor și dezvoltarea economico-socială	3		
4	Previziunea modificărilor structurale cu ajutorul metodei lanțurilor Markov	2		
5	Elasticitatea cererii pentru servicii	3		
6	Valoarea adăugată de servicii	3		
7	Metode de determinare a tarifelor în domeniul serviciilor	2		
8	Servicii pentru producție și servicii pentru populație	2		
9	Productivitatea muncii în servicii	3		
10	Determinarea necesarului de investiții în servicii	3		
11	Eficiența în domeniul serviciilor	3		

Bibliografie

1. Bodescu Dan, *Economia serviciilor. Sinteze și aplicații*, Editura "Ion Ionescu de la Brad", Iași, 2012
2. Ionașcu Viorica, Drăguț Bogdănel, Danielescu Dominic - *Economia serviciilor. Teorie și aplicații*. Editura Pro Universitaria, București, 2013
3. Ioncică Maria, Popescu Delia, Păduren Mihaela, Brîndușoiu Cătălina – *Economia serviciilor. Probleme aplicative*, Editura Uranus, București, 2006
4. Ioniță Roxana, *Economia serviciilor. Manual de studiu individual*, Editura Pro Universitaria, București, 2012
5. Miculescu Corina, *Economia serviciilor. Manual de studiu individual*, Editura Eurostampa, Timișoara, 2012
6. Mihai Laurențiu Stelian, *Managementul serviciilor*, Editura Universitaria, Craiova, 2023
7. Militaru Gheorghe, *Managementul serviciilor*, Editura C.H. Beck, București, 2010
8. Toma Viorica, *Managementul serviciilor*, Editura Junimea, Iași, 2013
9. Turtureanu Anca Gabriela, *Culegere de întrebări, teste și probleme pentru seminarul de economia serviciilor*, Editura Fundației Academice Danubius, Galați, 2008
10. Tuță Loredana, *Economia serviciilor – suport de curs pentru învățământul frecvență redusă (pe suport electronic)*, 2023
11. Untaru Elena Nicoleta, *Economia serviciilor. Aplicații, proiecte, studii de caz*, Editura Universității din Brașov, 2012

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

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

Notă: 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.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore)	50%
10.5 Seminar	• Prezență și activitate la seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar.	Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog.	10%
	• Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminar.	Testare	20%
	• Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	Prezentarea temei de casă. Chestionare orală.	20%
10.6 Standard minim de performanță	1. Cunoașterea conceptelor de bază specifice economiei serviciilor 2. Identificarea factorilor care influențează cererea pentru servicii 3. Capacitatea de a utiliza metode și tehnici specifice domeniului serviciilor.		

Data completării
22 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

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

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								25
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								10
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	69						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de management, marketing, economia serviciilor, economia turismului
4.2	De competențe	Capacitate de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

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

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Organizația din domeniul serviciilor - abordare conceptuală și tipologie	3	▪ prelegerea ▪ exemplificarea ▪ explicația ▪ expunerea cu material suport ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentări în power –point)</i>
2	Serviciile și procesul de creare și livrare a serviciilor	3		
3	Managerul și agenții economici tradiționali din turism și comerț	3		
4	Tehnologia informației și a comunicării și afacerile în domeniul turismului	3		
5	Comerțul electronic - variantă modernă de derulare a afacerilor	3		
6	Specificul managementului strategic al organizațiilor prestatoare de servicii	3		
7	Tehnologia informației și a comunicării și managementul strategic al organizației prestatoare de servicii	1		
8	Gestionarea calității produselor și satisfacției consumatorilor în servicii	3		
9	Managementul financiar în organizațiile prestatoare de servicii	3		
10	Gestionarea resursei umane în organizațiile prestatoare de servicii	3		
Bibliografie 1. Diaconu Mihaela -<i>Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii</i>, Editura Universității din Pitești, 2022, curs pentru IFR 2. Diaconu Mihaela – Strategii și politici comerciale în turism și industria ospitalității, Editura Universității din Pitești, 2015 3. Diaconu Mihaela (coord) Ionela Cristina Micu, Daniela Melania Mihai, 2021-<i>Manual de antreprenariat. Cum să dezvolt și să inovezi</i>, Editura Universității din Pitești 4. Diaconu Mihaela, Micu Cristina – <i>Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii – manual universitar pentru IFR</i> Editura Universității din Pitești, 2010. 5. Rusu Sergiu, <i>Antreprenariat în turism și industria ospitalității</i>, Editura C.H. Beck, București, 2014 6. Stănculescu Gabriela, Micu Cristina, <i>Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație</i>, Editura C.H. Beck, 2012				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1.	Modalități de organizare a activității în comerț, turism și servicii-	3	- dialogul - dezbateră - lucru în echipă - conversația euristică	Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului, Studii de caz, Fascicule din lucrarea practică
2.	Implicațiile caracteristicilor serviciilor asupra activității actorilor din piața serviciilor	3		
3.	Considerații generale referitoare la locul și rolul managerului în cadrul organizației și la tipologia agenților economici din comerț, turism	3		
4.	Tehnologia informației și a comunicării și turismul	3		
5.	Comerțul electronic - variantă modernă de derulare a afacerilor	3		
6.	Elemente ale strategiei de dezvoltare organizațională în comerț, turism, servicii.	3		
7.	Gestionarea calității produselor și satisfacției consumatorilor în servicii	3		

8.	Gestionarea resursei umane în organizații prestatoare de servicii; relația satisfacția clientului - satisfacția personalului angajat - studiu de caz	3		
9.	Analiza gestionării resurselor financiare și a performanțelor economico-financiare în organizații din comerț, turism, servicii - studiu de caz	3		
10.	Inovare în servicii pentru a crește valoarea la client	1		

Bibliografie

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate	Evaluare scrisă finală	50%
10.5 Seminar	- capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate; - capacitatea de aplicare în practică	Prezența și participarea activă la seminarii, lucrări scrise: teme, proiecte	50%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei și explicarea interdependențelor dintre ele, respectiv specificul procesului de creare și livrare a unui serviciu, specificul calității în servicii, modalități de organizare a activităților în cadrul organizațiilor din turism, servicii.		

Data completării
18 septembrie 2023

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

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
Analiza strategică a mediului concurențial 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

2. Date despre disciplină

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

3. Timpul total estimat

3.1	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								10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								10
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								10
Tutorat								1
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								-
3.7	Total ore studiu individual	33						
3.8	Total ore pe semestru	75						
3.9	Număr de credite	3						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu procesul de analiză strategică a mediului concurențial în comerț, turism și servicii.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive - Definirea corectă a obiectului de studiu al analizei strategice și corelarea cu celelalte discipline; - Cunoașterea și înțelegerea conceptelor, abordărilor, teoriilor, modelelor și metodelor din domeniul analizei strategice; - Cunoașterea, înțelegerea și explicarea printr-o gândire interpretativă a conceptelor, proceselor, fenomenelor, stărilor, ideilor și tendințelor în managementul strategic ce implică activități de cercetare empirică supervizată; - Operarea cu conceptele fundamentale specifice analizei strategice; - Însușirea conceptului de gândire strategică în cadrul afacerilor din comerț, turism și industria ospitalității.

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
TEMA NR. 1. CONȚINUTUL ȘI METODOLOGIA ANALIZEI STRATEGICE A ORGANIZAȚIEI ÎN MEDIUL CONCURRENTIAL				
1.1.	Întreprinderea – obiect al analizei strategice și mediul său concurențial	2	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic ▪ exercițiul ▪ dezbaterile cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Prezentări în power-point ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea dezbaterilor
1.2.	Conținutul și metodologia cadru a analizei strategice în mediul concurențial	2		
TEMA NR. 2. METODE DE ANALIZĂ STRATEGICĂ A ACTIVITĂȚII ÎNTEPRINDERILOR				
2.1.	Segmentarea strategică a sectoarelor de activitate	1		
2.2.	Analiza SWOT	2		
2.3.	Metoda BCG	2		
2.4.	Matricea General Electric – Mc Kinsey	1		
TEMA NR. 3. ALTERNATIVE STRATEGICE ALE ÎNTEPRINDERII ÎN MEDIUL CONCURRENTIAL				
3.1.	Strategii de creștere	2		
3.2.	Strategii de consolidare (stabilitate)	1		
3.3.	Strategii defensive	1		

Bibliografie

1. Anghel Ioan, *Evaluarea întreprinderii*, Editura Economică, București, 2010;
2. Băcanu Bogdan, *Management strategic în turism – Concepte și studii de caz*, Editura Polirom, Iași, 2009;
3. Băcanu Bogdan, *Practici de management strategic*, Editura Polirom, Iași, 2011;
4. Baicu Mariana – *Managementul riscului în afaceri*, Editura Fundația România de Măine, București, 2010;
5. Butănescu-Volanin Remus, *Analiza economică a firmei: Resurse – Performanță – Valoare*, Editura Universității "Lucian Blaga" din Sibiu, 2017;
6. Ciocoiu Carmen Nadia, *Managementul riscului. O abordare integrată*, Editura A.S.E., București, 2014;
7. Dalotă Marius-Dan, *Managementul strategic al firmei*, Editura Pro Universitaria, 2016;
8. Dumitrescu Mihail; Dumitrescu-Peculea Adelina - *Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane*, Editura Economică, București, 2014;
9. Eschenbach Rolf, Siller Helmut – *Controlling profesional. Concepte și instrumente*, Editura Economică, București, 2014;
10. Gallo Carmine – *Experiența APPLE – Secretele construirii unei relații pe termen lung cu clienții*, Editura Amaltea, București, 2015;
11. Ghenea Marius - *Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri*, Editura Universul Juridic, 2011;
12. Iagăru Romulus; Iagăru Pompilica, *Dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii*, Editura Universității "Lucian Blaga" din Sibiu, 2017;
13. Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar – *Business-to-business Brand Management*, Editura Brandbuilders, București, 2016;
14. Lencioni Patrick – *Cinci tentații ale unui CEO*, Editura Litera, București, 2015;
15. Mauborgne Renee, *Strategia oceanului albastru. Cum să creezi un spațiu de piață necontestat și să faci concurența irelevantă*, Editura Economică, București, 2015;

16. Mihai Daniela – <i>Analiza strategică a mediului concurențial în comerț, turism și servicii – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă</i> (suport electronic), 2023;					
17. Mihai Daniela, Drăghici Constantin – <i>Curs de analiză strategică a mediului concurențial – manual universitar destinat pregătirii studenților I.F.R.</i> , Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010;					
18. Mihai Daniela, Drăghici Constantin – <i>Curs de analiză strategică și simulări decizionale</i> – vol. 1, Editura Sitech, Craiova, 2009;					
19. Popa Ion, <i>Management strategic</i> , Editura Economică, București, 2014;					
20. Popescu Dumitru Dan, <i>Practical guide to company analysis</i> , Editura A.S.E., București, 2011;					
21. Pricop Mihai, Tanțau Adrian, <i>Globalizarea și strategia firmei</i> , Editura Eficient, București, 2014;					
22. Tanțau Adrian - <i>Entrepreneurship. Gîndește inovator și pragmatic</i> , Editura CH Beck, București, 2011.					
8.2. Aplicații: Seminar			Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor	2	▪ Dialogul ▪ Lucrul în grup ▪ Exercițiul ▪ Conversația euristică ▪ Dezbaterea cu oponent imaginar	În cadrul primei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării	Resurse folosite: ▪ Scurte prezentări în power-point pentru descrierea studiilor de caz și stimularea exercițiilor ▪ Studii de caz ▪ Simulări pe computer
2	Metodologia de realizare a studiilor de analiză strategică a organizației în mediul concurențial	4			
3	Analiza atractivității principalelor domenii de analiză strategică (DAS) ale întreprinderii	6			
4	Diagnosticarea situației organizației și a prestației ei în cadrul mediului concurențial în care operează, pe baza analizei ratio-urilor economico-financiare relevante	4			
5	Analiza corelată a capabilității strategice a întreprinderii și a mediului extern	4			
6	Studii de caz – Analiza corelată a capabilității strategice a întreprinderii și a caracteristicilor mediului său extern: - selectarea domeniilor de analiză strategică (1 oră); - aplicarea modelelor matriceale de analiză: ▪ analiza SWOT la organizații reprezentative pentru diferite sectoare de activitate (2 ore); ▪ matricea BCG de analiză a portofoliului de produse/servicii ale întreprinderii (2 ore); ▪ matricea General Electric – Mc Kinsey (2 ore); - stabilirea tipului de strategie pentru fiecare DAS (1 oră).	8			
Bibliografie					
1. Anghel Ioan, <i>Evaluarea întreprinderii</i> , Editura Economică, București, 2010					
2. Băcanu Bogdan, <i>Practici de management strategic</i> , Editura Polirom, Iași, 2011;					
3. Butănescu-Volanin Remus, <i>Analiza economică a firmei: Resurse – Performanță – Valoare</i> , Editura Universității "Lucian Blaga" din Sibiu, 2017;					
4. Ciocoiu Carmen Nadia, <i>Managementul riscului. O abordare integrată</i> , Editura A.S.E., București, 2014;					
5. Dalotă Marius-Dan, <i>Managementul strategic al firmei</i> , Editura Pro Universitaria, 2016;					
6. Dumitrescu Mihail; Dumitrescu-Peculea Adelina – <i>Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane</i> , Editura Economică, București, 2014;					
7. Eschenbach Rolf, Siller Helmut – <i>Controlling profesional. Concepte și instrumente</i> , Editura Economică, București, 2014;					
8. Gallo Carmine – <i>Experiența APPLE – Secretele construirii unei relații pe termen lung cu clienții</i> , Editura Amaltea, București, 2015;					
9. Iagăru Romulus; Iagăru Pompilica, <i>Dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii</i> , Editura Universității "Lucian Blaga" din Sibiu, 2017;					
10. Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar – <i>Business-to-business Brand Management</i> , Editura Brandbuilders, București, 2016;					
11. Lencioni Patrick – <i>Cinci tentații ale unui CEO</i> , Editura Litera, București, 2015;					
12. Mauborgne Renee, <i>Strategia oceanului albastru. Cum să creezi un spațiu de piață necontestat și să faci concurența irelevantă</i> , Editura Economică, București, 2015;					
13. Mihai Daniela – <i>Analiza strategică a mediului concurențial în comerț, turism și servicii – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă</i> (suport electronic), 2023;					
14. Mihai Daniela, Drăghici Constantin – <i>Curs de analiză strategică a mediului concurențial – manual universitar destinat pregătirii studenților I.F.R.</i> , Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010;					
15. Mihai Daniela, Drăghici Constantin – <i>Curs de analiză strategică și simulări decizionale</i> – vol. 1, Editura Sitech, Craiova, 2009;					
16. Popa Ion, <i>Management strategic</i> , Editura Economică, București, 2014;					
17. Popescu Dumitru Dan, <i>Practical guide to company analysis</i> , Editura A.S.E., București, 2011;					
18. Pricop Mihai, Tanțau Adrian, <i>Globalizarea și strategia firmei</i> , Editura Eficient, București, 2014;					
19. Toma, Marin, <i>Inițiere în evaluarea întreprinderilor</i> , Editura CECCAR, București, 2011;					
20. Urbain Caroline, Le Gall-Ely Marine, <i>Pretul și strategia de marketing</i> , Editura CH Beck, București, 2011.					

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore): calitatea și coerența tratării celor 2 subiecte abordabile în manieră explicativ – argumentativă (30%) + un subiect de analiză și interpretare (20%)	50 %
10.5 Seminar	• Prezență și activitate seminar – evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic, a prezenței și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare – rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii. • Temă de casă – se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	10% 20% 20%
10.6 Standard minim de performanță	- Cunoașterea principalelor metode de diagnosticare strategică a afacerii în contextul mediului concurențial în cadrul căruia evoluează; - Cunoașterea principalelor categorii de alternative strategice ale întreprinderii și a particularităților aplicării acestora.		

Data completării
18 septembrie 2023

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

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

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
Tehnici comerciale, 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					Tehnici comerciale					
2.2	Titularul activităților de curs					Lect. univ. dr. Tuță Maria Loredana					
2.3	Titularul activităților de proiect					Lect. univ. dr. Tuță Maria Loredana					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	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								12
Pregătire seminarii/proiecte, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	44						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Economie, Marketing și Economie comercială
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei; dezvoltarea capacităților de cunoaștere, apreciere a diferitelor tehnici comerciale; utilizarea corectă a noțiunilor, categoriilor, conceptelor tehnicilor comerciale
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Cunoașterea și identificarea modalităților adecvate de apreciere a diferitelor tehnici comerciale; 2. Culegerea, analiza și interpretarea de date și de informații din punct de vedere cantitativ și calitativ din contexte profesionale reale și din literatura în domeniu, pentru formularea de argumente, decizii și demersuri concrete; 3. Definirea corectă a obiectului de studiu și stabilirea relațiilor pe care disciplina Tehnici comerciale le are cu alte științe. <u>B. Obiective procedurale</u> 1. Corelarea unor experiențe practice cu unele teorii și modele ce privesc procesele și fenomenele economice ce au loc la nivelul magazinului; 2. Identificarea unor situații concrete de aplicare a metodelor de dimensionare a raioanelor; 3. Folosirea teoriilor și instrumentelor pentru soluționarea problemelor ce vizează decontarea cumpărăturilor.

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Abordări tehnologice și de marketing în comercializarea mărfurilor	3	▪ prelegerea ▪ exemplificarea ▪ expunerea cu material suport ▪ explicația ▪ dezbateri cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power – point)</i> ▪ Prezentări în power-point ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea dezbaterilor
2	Localizarea și dimensionarea magazinului	3		
3	Designul unui magazin	2		
4	Tehnici privind amenajarea magazinului	3		
5	Echipamentul comercial	3		
6	Implantarea raioanelor de vânzare	3		
7	Tehnici de etalare a mărfurilor	3		
8	Publicitatea la locul de vânzare	2		
9	Forme moderne de vânzare a mărfurilor	3		
10	Tehnici privind amenajarea depozitului	3		

Bibliografie

1. Cohuț Pop Ioana (coord.), Catană Adina, *Tehnologie, organizare și amenajare în comerț*, Editura Universității din Oradea, 2010
2. Corodeanu Daniela, *Merchandising. Teorie, metode și instrumente pentru eficientizarea punctului de vânzare*, Editura Tehnopress, 2008
3. Costandache Mihaela, Ionescu A., *Tehnici comerciale*, Editura Pro Universitaria, București, 2012
4. Criveanu Ion, *Economia comerțului*, Editura Universitaria, Craiova, 2013
5. Douminique Mouton, Gauderique Paris, *Practica merchandisingului. Spațiul de vânzare. Oferta de produse. Comunicarea la locul de vânzare*, Editura Polirom, Iași, 2009
6. Girard Joe, *Cum să vinzi orice oricui, ediția a III-a*, Editura BUSINESSSTECH, 2021
7. Gyula-Laszlo Florian, *Creșterea competitivității firmelor prin raționalizarea vânzărilor*, Editura ASE, București, 2014
8. King George, *Secretele vânzării. Cum să vinzi în orice situație*, Editura Curtea Veche Publishing, București, 2012
9. Meghișan Flaviu, *Economie comercială*, Editura Universitaria, Craiova, 2013
10. Sășeanu Andreea Simona, Albăstroi Irina, Grosu Raluca Mariana, *Comerț. Noțiuni fundamentale*, Editura ASE, București, 2021
11. Teau Anca Mihaela, *Tehnologii comerciale. Teorie și teste grilă*, Editura Pro Universitaria, București, 2013
12. Tuță Loredana, *Tehnici comerciale – suport de curs pentru învățământul frecvență redusă* (pe suport electronic), 2023

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

Bibliografie:

1. Corodeanu Daniela, *Merchandising. Teorie, metode și instrumente pentru eficientizarea punctului de vânzare*, Editura Tehnopress, 2008
2. Douminique Mouton, Gauderique Paris, *Practica merchandisingului. Spațiul de vânzare. Oferta de produse. Comunicarea la locul de vânzare*, Editura Polirom, Iași, 2009
3. Girard Joe, *Cum să vinzi orice oricui, ediția a III-a*, Editura BUSINESSSTECH, 2021
4. Gyula-Laszlo Florian, *Creșterea competitivității firmelor prin raționalizarea vânzărilor*, Editura ASE, București, 2014
5. King George, *Secretele vânzării. Cum să vinzi în orice situație*, Editura Curtea Veche Publishing, București, 2012
6. Meghișan Flaviu, *Economie comercială*, Editura Universitaria, Craiova, 2013
7. Teau Anca Mihaela, *Tehnologii comerciale. Teorie și teste grilă*, Editura Pro Universitaria, București, 2013
8. Tuță Loredana, *Tehnici comerciale – suport de curs pentru învățământul frecvență redusă* (pe suport electronic), 2023

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

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

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	30%
10.5 Proiect	• Prezență și activitate la seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar.	Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog.	20%
	• Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii.	Testare	20%
	• Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse	Prezentarea temei de casă. Chestionare orală.	30%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea aspectelor privind amenajarea spațiului comercial. Cunoașterea tehnicilor de etalare a mărfurilor pe raft și în vitrină.		

Data completării
19 septembrie 2023

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

Titular de seminar/proiect,
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

FIȘA DISCIPLINEI
Practică de specialitate, 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					Practică de specialitate					
2.2	Titularul activităților de curs					-					
2.3	Titularul activităților de seminar/ proiect					Lect. univ. dr. Maria Loredana Tuță					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	6	3.2	din care curs	-	3.3	S / L / P	6
3.4	Total ore din planul de învăț.	84	3.5	din care curs	-	3.6	S / L / P	84
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								4
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								4
Pregătire seminarii/proiecte, teme, referate, portofolii, eseuri								4
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	16						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Microeconomie, Management, Economia turismului, Economie comercială
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	-
5.2	De desfășurare a seminarului/proiectului	- Convenția cadru de desfășurare a stagiului de practică - Respectarea orarului de practică și a termenului de predare proiectului

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

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

8. Conținuturi

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

6. Analiza indicatorilor economico-financiari pentru perioada 2019-2022: - cifră de afaceri, venituri, cheltuieli, rezultatul exercițiului; - determinarea ratelor de rentabilitate.	8	▪ conversația euristică ▪ exercițiul ▪ lucrul în grup	<i>Informațiile se vor colecta de către studenți în cadrul firmei selectate.</i>
7. Identificarea și fundamentarea strategiilor firmei prin prisma mediului ambiant: - viziunea și misiunea firmei; - prezentarea obiectivelor fundamentale; - opțiunile strategice ale firmei (mijloace de realizare a obiectivelor); - resurse necesare; - termene intermediare și finale de realizare a obiectivelor; - avantajul competitiv al organizației.	8	▪ conversația euristică ▪ lucrul în grup ▪ exercițiul	<i>Informațiile se vor colecta de către studenți în cadrul firmei selectate.</i>
8. Strategii și politici implementate în cadrul firmei: - tipuri de strategii; - politica sistemului informațional; - politica de personal; - managementul creanțelor și disponibilităților bănești la nivelul firmei; - dezvoltarea / diversificarea producției și/sau a activităților.	10	▪ conversația euristică ▪ lucrul în grup ▪ exercițiul	<i>Informațiile se vor colecta de către studenți în cadrul firmei selectate.</i>
9. Elaborarea planului de marketing al firmei: - politica de produs; - politica de distribuție; - politica de preț: nivelul și modul de stabilire a comisioanelor, prețurilor, tarifelor practicate de societate; - politica de comunicare: fundamentarea bugetului, modalități de promovare a ofertei; structura mixului de comunicare; - politica forței de vânzare.	10	▪ conversația euristică ▪ exercițiul ▪ lucrul în grup	<i>Informațiile se vor colecta de către studenți în cadrul firmei selectate.</i>
10. Propuneri de îmbunătățire a activității firmei: - comunicare și orientare către clienți; - atribuțiile profesionale ale consultanților vânzări, agenților de vânzări și lucrători comerciali; - strategia de promovare a produselor/serviciilor; materiale și modalități de promovare a ofertei/ produselor comercializate (exemplificare cu pliante și alte materiale, acțiuni de promovare a vânzărilor-oferte speciale și altele); - oportunități de dezvoltare.	8	▪ conversația euristică ▪ lucrul în grup	<i>Informațiile se vor colecta de către studenți în cadrul firmei selectate.</i> ■ Lucrarea practică
Bibliografie 1. Carnegie, Dale, Crom, J. Oliver, Crom, Michael, <i>Tehnici de a vinde</i>. Editura Curtea Veche, București, 2020. 2. Constantinescu Victor-George, <i>Strategii de promovare a destinațiilor turistice utilizate de agențiile de turism</i>, Editura Economică, 2021. 3. Coros, Monica Maria, <i>Managementul cererii și ofertei turistice</i>, Editura C.H. Beck, 2015 4. Dalota Marius-Dan, <i>Managementul strategic al firmei</i>, Editura Pro Universitaria, 2016 5. Diaconu Mihaela, <i>Managementul calității în comerț, turism, servicii</i>, Editura Universității din Pitești, 2017 6. Ghenea Marius, <i>Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri</i>, Editura Universul Juridic, 2011 7. Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar, <i>Business-to-business Brand Management</i>, Editura Brandbuilders, București, 2016 8. Maniu Laura Cristina, Zaharia Marian, Stan Roxana Elena, <i>Economia serviciilor și globalizarea</i>, Editura Universitară, București, 2013 9. Meghișan Flaviu, <i>Economie Comercială</i>, Editura Universitaria Craiova, 2013 10. Mihai Daniela, Brutu Mădălina, Management, <i>Fundamente teoretice. Teste grilă. Aplicații</i>, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014 11. Nedelea Alexandru Mircea, <i>Pentru economiști și afaceri</i>, Editura Economică, București, 2022. 12. Popescu Dumitru Dan, <i>Practical guide to company analysis</i>, Editura A.S.E., București, 2011 13. Pavel Stanciu, <i>Piața turistică. Relațiile ofertă-cerere și fundamentarea strategiilor de dezvoltare</i>, Editura Economică, 2016. 14. Secară Carmen, <i>Tendențe și practică în domeniul managementului resurselor umane</i>, Editura Sitech, Craiova, 2014 15. Sergiu Rusu, <i>Antreprenoriat în turism și industria ospitalității</i>, Editura C.H. Beck, București, 2014 16. Stănculescu Gabriela, Micu Cristina, <i>Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație</i>, Editura C.H.Beck, 2012 17. Stănculescu Gabriela, State Olimpia, <i>Tehnica operațiunilor de turism intern și internațional</i>, Editura C.H. Beck, București, 2013. 18. Stănculescu Gabriela, <i>Managementul agenției de turism</i>, Editura ASE, București, 2013.			

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

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

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

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

10. Evaluare

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

Data completării
19 septembrie 2023

Titular de curs,
-

Titular de seminar/proiect,
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

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

2.1	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	2	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 învă.	14	3.5	din care curs	-	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								-
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								4
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								4
Tutoriat								2
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								1
3.7	Total ore studiu individual	11						
3.8	Total ore pe semestru	25						
3.9	Număr de credite	1						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	-
4.2	De competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	
5.2	De desfășurare a seminarului	Teren Sport Bitum/iarbă, Sală Fitness/Sală Sport, "Gh. Doja" Nr. 41, Pitești; mingi, vestuțe de departajare, jaloane, cercuri, competiții și alte materiale auxiliare; prezența studenților la seminar

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

7.1	Obiectivul general al disciplinei	Conștientizarea rolului și importanței practicării exercițiilor fizice cât și îmbunătățirea stării generale de sănătate
7.2	Obiectivele specifice	Obiective atitudinale: OA1 - formarea convingerilor și deprinderilor de practicare independentă a exercițiilor fizice și a sporturilor preferate, în scop igienic, deconectant; OA2 - îmbunătățirea continuă a stării de sănătate, a vigoriei fizice, psihice precum și a dezvoltării corporale armonioase; OA3 - ridicarea nivelului general de motricitate și însușirea elementelor de bază din practica unor ramuri sportive; OA4 - formarea și consolidarea unui sistem de cunoștințe practice și teoretice (didactice, metodice, tehnice, organizatorice) în concordanță cu sarcinile generale ale învățământului superior; OA5 - modelarea stărilor psihocomportamentale și transpunerea acestora în practica vieții sociale (fair-play, spirit de echipă, responsabilitate, perseverență, hotărâre, încredere, stăpânire de sine etc.);

	OA6 - formarea unei conduite favorabile și a unui stil de viață sănătos, mental și fizic prin practicarea activităților cu specific sportiv; OA7 - desfășurarea unor activități sportive care să contribuie la menținerea unui aspect fizic plăcut; OA8 - stimularea interesului pentru sport și mișcare, ca modalitate de menținere a stării de sănătate și de influențare a unei evoluții corecte și armonioase a organismului. Obiective procedurale: OP1 – exersarea deprinderilor în vederea realizării capacității de organizare a sarcinilor care le vor avea ca organizatori de activități educative cu caracter sportiv;
--	---

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Inițierea oportună a acțiunilor tactice individuale în întreceri. Baschet : procedee tehnice: în apărare: poziția fundamentală: înaltă, medie, joasă, deplasare laterală cu pași adăugați, către dreapta și către stânga, deplasare cu pași adăugați, către înainte și către înapoi, alergare laterală către dreapta și către stânga, oprirea și pivotarea, schimbarea direcției din alergarea laterală și deplasarea laterală cu pași adăugați, săriturile pe un picior din deplasare și pe ambele picioare, de pe loc și din deplasare în atac: <i>în jocul fără posesia mingii:</i> poziția fundamentală, alergare de viteză, schimbarea tempoului, alergării, oprirea și pivotarea, alergare laterală, schimbările de direcție din alergarea normală și laterală, săriturile pe un picior din deplasare și pe ambele picioare de pe loc și din deplasare <i>în jocul cu posesia mingii:</i> pasele de pe loc și din deplasare: cu o mână și cu ambele mâini de la piept, de jos, de sus, din lateral, din cârlig, directe și cu pământul, la diferite distanțe și către diferite direcții driblingul pe loc și în deplasare: cu variația înălțimii și a tempoului alergării, cu fiecare mână, cu viteză maximă, cu fiecare mână, driblingul cu schimbarea direcției, cu trecerea mingii prin față, cu trecerea mingii prin spate, cu trecerea mingii printre picioare, cu piruetă, cu fiecare mână, aruncările la coș: din dribling și din alergare: cu fiecare mână, de sus, de jos, în cârlig, de pe loc cu o mână, din față și de deasupra capului, din săritură. BASCHEŢ Acțiuni tactice individuale de atac: demarcarea pentru intrarea în posesia mingii; pătrunderea; fenta de pasare, de depășire și de aruncare; depășirea și aruncarea la coș sau pasarea mingii; recuperarea după aruncarea la coș nereușită, proprie și a coechipierilor. Acțiuni tactice individuale de apărare: marcajul între atacant și coș; marcajul între atacant și minge. FOTBAL: procedee tehnice a. procedee tehnice însușite anterior: lovirea mingii cu piciorul; preluarea mingii; conducerea mingii însoțită de mișcări înșelătoare și de protejare cu corpul și piciorul; lovirea mingii cu capul din alergare și din săritură, cu bătaie pe unul sau ambele picioare; aruncarea de la margine – de pe loc, cu elan; lovitura de la colț; structuri tehnice învățate anterior și învățarea altora noi finalizarea din alergare; b. procedee tehnice noi: lovirea mingii cu călcâiul, prin deviere cu șiretul exterior, latul sau exteriorul labei piciorului, din semivole, preluarea mingii: cu capul prin amortizare, cu talpa prin ricoșare	4	conversația, demonstrația, exersarea, observația, imitația, modelarea	

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

	Baschet Testare – dribling printre jaloane, aruncare la cos prin procedeu la alegere. Pasă plecare pe contraatac, reprimire dribling și aruncare la cos din săritură. Joc bilateral			
Bibliografie *** Regulamente pe ramuri de sport – <i>Atletism, Baschet, Badminton, Handbal, Fotbal, Volei</i> , elaborate de Federațiile sportive. Drăgan, I., (2010), <i>Din secretele sănătății cei 2 M Mișcarea și Mâncarea</i> , Editura Bogdana, București. Mihăilescu, L., Mihăilescu, N., (2011), <i>Atletism în sistemul educațional</i> , Editura Universității din Pitești. Niculescu, I., (2013), <i>Jocuri dinamice</i> , Editura Universității din Pitești. Oprîș Florentina, (2012), <i>Sport, Dietă & Vedete</i> , Editura Litera, București. Stoica Alina, (2014), <i>Gimnastică aerobică, 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, - gradul de încadrare în cerințele impuse; - gradul de însușire a competențelor testate la evaluarea parțială.	Prezență și activitate la seminar Testare 1 Testare 2 Evaluare finală	30 30 30 10
10.6 Standard minim de performanță	Achiziționarea cel puțin a primelor 5 puncte componente ale competențelor profesionale precizate mai sus.		

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

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

Data completării
15 septembrie 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
Resurse și destinații turistice
 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					Resurse și destinații turistice						
2.2	Titularul activităților de curs					Lect. univ. dr. TOMA Smaranda Nicoleta Cristina						
2.3	Titularul activităților de seminar / laborator					Lect. univ. dr. TOMA Smaranda Nicoleta Cristina						
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	A	

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								24
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități								2
3.7	Total ore studiu individual			58				
3.8	Total ore pe semestru			100				
3.9	Număr de credite			4				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu videoproiector și hărțile turistice existente la catedră - Platforma e-learning, conexiune internet
5.2	De desfășurare a laboratorului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă - 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
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

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

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	RESURSELE TURISTICE: CONCEPT, ROL, TIPOLOGIE	3	- prelegerea - explicația - expunerea cu material suport - dezbateri cu oponent imaginar	calculatorul (prezentarea în power –point)
2	DESTINAȚIA TURISTICĂ: DEFINIȚIE, TIPOLOGIE, COMPONENTE	3		
3	CONSIDERAȚII GENERALE PRIVIND MANAGEMENTUL DESTINAȚIILOR TURISTICE	3		
4	FENOMENUL TURISTIC – FAZELE DEZVOLTĂRII ȘI IMPUNERII TURISMULUI ÎN ECONOMIA MONDIALĂ 4.1. Scurt istoric al turismului 4.2. Internaționalizarea turismului după 1950 4.3. Turismul internațional în prezent, în cifre și fapte	3		
5	RESURSELE TURISTICE NATURALE 5.1. Relieful – resursă turistică de bază 5.2. Clima – resursă turistică 5.3. Resursele turistice hidrologice	3		Scurte prezentări Power-Point pentru stimularea exercițiului
6	RESURSELE TURISTICE ANTROPICE 6.1. Potențialul turistic cultural-istoric 6.2. Potențialul turistic tehnico-economic	3		
7	RESURSELE UMANE DIN TURISM 7.1. Resursele umane din turism 7.2. Importanța pregătirii și dezvoltării profesionale a resurselor umane din turism	3		
8	MARILE REGIUNI ȘI DESTINAȚII TURISTICE 8.1. Marile centre și subregiuni turistice din Europa 8.2. Destinații turistice americane 8.3. Destinații turistice din Asia-Pacific	3		
9	ORGANIZAȚIILE DE MANAGEMENT AL DESTINAȚIEI	2		
10	COMPETITIVITATEA DESTINAȚIILOR TURISTICE	2		

Bibliografie:

- Băc D.P., 2013, Turismul și dezvoltarea durabilă: realități, provocări, oportunități, Editura Economică, București.
- Câdea Melinda, Erdeli G., Simon Tamara, 2001, România. Potențial turistic și turism, Editura Universității din București.
- Câdea Melinda, Erdeli G., Simon Tamara, Peptenatu D., 2003, Potențialul turistic al României și amenajarea turistică a spațiului, Editura Universitară, București.
- Câdea Melinda, Bran Florina, Cimpoeru Irina, 2006, Organizarea, amenajarea și dezvoltarea durabilă a spațiului geografic, Editura Universitară, București.
- Coroș Monica Maria, 2015, Managementul cererii și ofertei turistice, Editura C.H. Beck, București.
- Diaconu Mihaela, Micu Cristina, 2010, Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii, Editura Universității din Pitești.
- Drăghici C., Mihai Daniela, 2007, Curs de management al activității de comerț, turism și servicii turistice, Editura Sitech, Craiova.
- Drăghici C., Pintilii R., 2016, Potențial turistic general, Editura Universitară, București, 2016.
- Erdeli G., Gheorghilaș A., 2006, Amenajări turistice, Editura Universității din București, București.
- Glăvan V., 2003, Turism rural. Agroturism. Turism durabil. Ecoturism, Editura Economică, București.
- Glăvan V., 2005, Geografia turismului, Editura Fundației România de Măine, București.
- Glăvan V., 2006, Potențialul turistic și valorificarea sa, Editura Fundației România de Măine, București. Glăvan V.,

- 2007, Geografia turismului, Editura Fundației România de Măine, București.
13. Glăvan V., 2007, Geografia turismului, Editura Fundației România de Măine, București.
14. Firoiu Daniela, 2005, Resursele umane în turism, Editura Universitară, București. Gheorghilaș A., 2005, Geografia turismului internațional, Editura Universitară, București.
15. Ielenicz M. și colab, 2003, România. Enciclopedie turistică, Editura Corint, București.
16. Ielenicz M., Simoni Smaranda, 2013, The Tourism System – Main Directions in Evaluating its Operation, Revue Roumaine de Geographie / Romanian Journal of Geography, Volume 57, (1), Editura Academiei Române, p.25-31.
17. Ionciță Maria, Stănculescu Gabriela, 2006, Economia turismului și serviciilor, Editura Uranus, București.
18. Laws, E., Richins, H., Agrusa, J., Scott, N., 2011, Tourist Destination Governance: Practice, Theory and Issues, CAB International.
19. Leiper N., 2004, *Tourism Management (3rd Ed.)*, Malaysia: Pearson Education Australia.
20. Minciu Rodica, 2002, Economia turismului, Editura Uranus, București.
21. Miu Florentina, Simoni Smaranda, 2010, Ecoturism și turism rural, Editura Universității din Pitești.
22. Muntele I., Iașu C., 2003, Geografia turismului. Concepte, metode și forme de manifestare spațio-temporală, Editura Sedcom Libris, Iași.
23. Neacșu N., Băltărețu Andreea, Neacșu Monica, Drăghilă Marcela, 2011, Resurse și destinații turistice interne și internaționale, Editura Universitară.
24. Neacșu N., Băltărețu Andreea, Neacșu Monica, 2014, Resurse și destinații turistice. Studii de caz, statistici, reglementări și documente O.M.T., Editura Pro Universitaria.
25. Neacșu N., Băltărețu Andreea, Neacșu Monica, Drăghilă Marcela, 2016, Resurse și destinații turistice în România, Editura Universitară.
26. Nistoreanu P., 2006, Ecoturism și turism rural, Editura ASE, București.
27. Nistoreanu P., 2005, Economia turismului – teorie și practică, Editura ASE, București.
28. Neguț S., 2003, Geografia turismului, Editura Universitară, București.
29. Page S.J., 2007, Tourism Mananagement, Elsevier Ltd., Oxford.
30. Pender L., Sharpley R., 2005, The Management of Tourism, SAGE Publications Ltd, London.
31. Rotariu I., 2008, Dezvoltarea destinației turistice, Editura Alma Mater Sibiu, 2008.
32. Simoni Smaranda, Geografie economică, 2015, Editura Universității din Pitești.
33. Simoni Smaranda, 2017, Resurse și destinații turistice – suport de curs pentru învățământ frecvență redusă (suport electronic).
34. Stănculescu Gabriela, Micu Cristina, 2009, Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz, Editura C.H. Beck, București.
35. Țigu Gabriela (coordonator), 2008, Resurse și destinații turistice pe plan mondial, Editura Uranus, București.
36. Toma Smaranda, Resurse și destinații turistice, suport de curs pentru învățământ frecvență redusă (suport electronic), 2023.
37. Tribe J., 2006, The economics of recreation, leisure and tourism, Amsterdam, Elsevier.
38. *** International Tourism Overview. A Special Report from World Tourism Organization.
39. *** Tourism Market Trends, 2022, UNWTO.
40. *** Quickstart Guide to a Tourism Business, NEAP, 2008.
41. *** A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO, 2007.
42. *** Yearbook of Tourism Statistics, 2012-2021, UNWTO.
43. *** Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, United Nations, 2015.
44. *** Tourism Highlights, UNWTO, 2022.
45. *** World Tourism Barometer, UNWTO, 2022.
46. *** The World Factbook, CIA, SUA, 2022.

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

Bibliografie:

1. Coroș Monica Maria, 2015, Managementul cererii și ofertei turistice, Editura C.H. Beck, București.
2. Laws, E., Richins, H., Agrusa, J., Scott, N., 2011, Tourist Destination Governance: Practice, Theory and Issues, CAB International.
3. Neacșu N., Băltărețu Andreea, Neacșu Monica, 2014, Resurse și destinații turistice. Studii de caz, statistici, reglementări și documente O.M.T., Editura Pro Universitaria.
4. Page S.J., 2007, Tourism Management, Elsevier Ltd., Oxford.
5. Simoni Smaranda, 2017, Resurse și destinații turistice – suport de curs pentru învățământ frecvență redusă (suport electronic).
6. Țigu Gabriela (coordonator), 2008, Resurse și destinații turistice pe plan mondial, Editura Uranus, București.
7. Toma Smaranda, Resurse și destinații turistice, suport de curs pentru învățământ frecvență redusă (suport electronic), 2022.
8. Tribe J., 2006, The economics of recreation, leisure and tourism, Amsterdam, Elsevier.
9. *** International Tourism Overview. A Special Report from World Tourism Organization.
10. *** Tourism Market Trends, 2022, UNWTO.
11. *** Quickstart Guide to a Tourism Business, NEAP, 2008.
12. *** A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO, 2007.
13. *** Yearbook of Tourism Statistics, 2012-2021, UNWTO.
14. *** Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, United Nations, 2015.
15. *** Tourism Highlights, UNWTO, 2022.
16. *** World Tourism Barometer, UNWTO, 2022.
17. *** The World Factbook, CIA, SUA, 2022.

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (45 minute): calitatea și coerența tratării subiectelor	30 %
10.5 Seminar	• Prezență și activitate seminar – evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic, a prezenței și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii. • Temă de casă (proiect) - participarea la realizarea și prezentarea proiectului	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	20% 30% 20%
10.6 Standard minim de performanță	- Achiziționarea cel puțin a competențelor: A1, A2, B2, C1. - Nota 5 la evaluarea finală.		

Data completării

Titular de curs,

Titular de seminar,

14 septembrie 2023

Lect. univ. dr. Smaranda Nicoleta Cristina TOMA

Lect. univ. dr. Smaranda Nicoleta TOMA

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
Turism internațional, pentru 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 studii	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor / economist

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Turism internațional				
2.2 Titularul activităților de curs					
2.3 Titularul activităților de seminar					
2.4 Anul de studii	II	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	C
2.7	Regimul disciplinei		A		

3. Timpul total estimat

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu videoproiector și hărțile turistice existente la catedră - Platforma e-learning, conexiune internet
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă - 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
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea modului în care se desfășoară activitățile în cadrul turismului internațional
7.2. Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Înțelegerea rolului turismului internațional în economia mondială; 2. Cunoașterea structurii bazinelor ofertei turistice internaționale 3. Înțelegerea elementelor componente ale industriei turismului internațional 4. Cunoașterea structurii specifice industriei turismului și a intermediarilor din această industrie 5. Deprinderea studenților cu metodele și instrumentele de analiză specifice spațiului turistic (indicatori turistici), cu etapele de elaborare și realizare a noilor proiecte, dar și cu soluțiile de stimulare a circulației turistice și de asigurare a integrării turismului în economia teritoriului.

	B. Obiective procedurale 1. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice acestei discipline; 2. Culegerea și prelucrarea de date din surse documentare alternative și din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor care influențează fenomenul turistic; 3. Formarea deprinderilor de utilizare a instrumentelor statistice în evaluarea circulației turistice; 4. Utilizarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor utilizate în cercetarea activității turistice dintr-o zonă sau țară. C. Obiective atitudinale 1. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în turism. 2. Valorificarea propriului potențial prin realizarea cercetării de grup sau individuală în analiza și previziunea fenomenului turistic;. 3. Manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de rolul și importanța turismului în activitatea economică și socială.
--	---

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Introducere în turismul internațional - Definiții uzuale - Tipologia formelor de turism internațional - Factorii care influențează dezvoltarea turismului internațional - Tendințele înregistrate în evoluția turismului internațional	2		
2	Organizarea și conducerea turismului la nivel internațional - Organizații internaționale de turism - Organizații guvernamentale și Organizații neguvernamentale - Tipologia organismelor centrale/naționale de conducere a activității turistice - Organisme naționale de conducere a turismului în principalele țări turistice ale lumii și în România - Forme de integrare în turismul internațional - Concentrarea activității turistice (pe orizontală; pe verticală și conglomeratul) - Gruparea activității turistice (Lanțul voluntar; Franciza și Asociațiile profesionale)	2		
3	Componentele industriei turismului - Transportul și infrastructura - Cazarea și serviciile de ospitalitate - Sistemele de distribuție utilizate în turismul internațional - Rolul sectoarelor public și privat în turismul internațional - Rolul statului în turism (funcțiile promoțională, de stimulare, de intervenție și de coordonare)	2	▪ prelegerea ▪ explicația ▪ expunerea cu material suport	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
4	Locul turismului internațional în circuitul economic mondial - Structura comerțului mondial - Turismul internațional în calitate de componentă a comerțului internațional - Analiza statistico-economică a industriei călătoriilor și turismului (dinamici și structuri)	2	▪ dezbateră cu oponent imaginar	
5	Metodologia de măsurare a turismului internațional - Obiectivele, natura și condițiile elaborării indicatorilor turismului internațional - Caracteristicile și metodele de elaborare a indicatorilor turismului internațional - Sistemul de indicatori ce caracterizează turismul internațional	3		
6	Piața turistică internațională - Definiții, caracteristici, componente - Cererea turistică internațională: concepte și definiții; motivații de călătorie în turismul internațional; bazinele cererii turismului internațional și fluxuri turistice la nivel mondial, regional și național - Oferta turistică la nivel internațional: definiții, componente, caracteristici - Ciclu de viață al unei oferte turistice - Bazinele ofertei turistice internaționale	3		

7	Transporturile turistice internaționale - Transporturile turistice aeriene: cursele de linie; cursele charter și politici ale autorităților aeronautice în domeniul transporturilor turistice aeriene - Transporturile turistice terestre: transporturile feroviare și transporturile rutiere - Transporturile turistice maritime și fluviale	3		
8	Comercializarea produselor turistice la nivel internațional - Categorii de contracte utilizate în turismul internațional - Protecția și securitatea turiștilor (mijloace de planificare a protecției și securității turiștilor și implicarea sectoarelor industriei turismului în protecția și securitatea turiștilor)	3		
9	Finanțarea investițiilor turistice internaționale - Modalități de finanțare a investițiilor turistice: creditul, leasingul, acționariatul și coproprietatea - Aportul statului la finanțarea investițiilor turistice - Finanțarea internațională a investițiilor turistice	3		
10	Operațiuni și instrumente de plată specifice turismului internațional - Cecul de călătorie (Traveler's Cheque) - Cartea de credit - Voucher-ul	3		
11	Perspectivile turismului internațional - Globalizarea și implicațiile sale asupra turismului internațional - Perspectivile turismului internațional al României	2		

Bibliografie:

1. Andrei R., Copețchi M., Dragnea L., Manual de tehnici operaționale în activitate de turism, IRECSON, București, 2006.
2. Băc D.P., Turismul și dezvoltarea durabilă: realități, provocări, oportunități, Editura Economică, București, 2013.
3. Cooper C., Hall M., Contemporary Tourism, Butterworth Heinemann, 2008.
4. Ioncică Maria, Stănculescu Gabriela, Economia turismului și serviciilor, Editura Uranus, București, 2006.
5. Laws, E., Richins, H., Agrusa, J., Scott, N., Tourist Destination Governance: Practice, Theory and Issues, CAB International, 2011.
6. Leiper N., Tourism Management (3rd Ed.), Malaysia: Pearson Education Australia, 2004.
7. Page S.J., Tourism Management, Elsevier Ltd., Oxford, 2007.
8. Pender L., Sharpley R., The Management of Tourism, SAGE Publications Ltd, London, 2005.
9. Reisinger Yvette, International Tourism: Cultures and Behavior, Butterworth Heinemann, 2009.
10. Stănculescu, G., Micu, C., Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz, Editura C.H. Beck, București, 2009.
11. Swarbrooke J., Horner Susan, Business Travel and Tourism, Butterworth Heinemann, 2001.
12. Tribe J., 2006, The economics of recreation, leisure and tourism, Amsterdam, Elsevier, 2006.
13. Toma, S., Resurse și destinații turistice, curs pentru învățământul cu frecvență redusă (pe suport electronic), 2023.
14. Wachowiak H., Tourism and Borders. Contemporary Issues, Policies and International Research, Ashgate, 2006.
15. *** Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, United Nations, 2015.
16. *** Tourism Highlights, UNWTO, 2017.
17. *** World Tourism Barometer, UNWTO, 2022.
18. *** Quick Start Guide to a Tourism Business, NEAP, 2008.
19. *** A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO, 2007.
20. *** International Tourism Overview. A Special Report from World Tourism Organization.
21. *** Tourism Market Trends, UNWTO 2022.
22. *** Yearbook of Tourism Statistics, 2012-2021, UNWTO.
23. *** The World Factbook, CIA, SUA, 2022.
24. www.insse.ro, Anuarele Statistice ale României, capitolul 20: Turism, 2016-2021.
25. www.mdr.ro, www.turism.gov.ro, Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1.	Prezentarea disciplinei, a obiectivelor, programarea și organizarea activităților și prezentarea modalităților de evaluare finală și pe parcursul semestrului	1	Expunere	Lucrul în echipă Demonstrație cu ajutorul mijloacelor moderne audio-vizuale (scurte prezentări PowerPoint) Demonstrație cu ajutorul materialelor didactice specifice (anuale statistice, grafice) Prezentări proiecte Studii de caz Teste de verificare
2.	Studii de caz – organizații de turism la nivel internațional/ mondial, în Europa și România, America și Asia	2	Problematizare	
3.	Studii de caz – caracteristicile industriei turistice și a călătoriilor în țări cu tradiție și fără tradiție turistică	1	Exerciții de reflecție	
4.	Studii de caz – competitivitatea internațională la nivel mondial, european și regional a unor destinații turistice	1	Dezbateri	
5.	Studii de caz – finanțarea investițiilor în turism	1	Explicație	
6.	Studii de caz – instrumente de plată utilizate în turismul internațional	1		
7.	Studii de caz – analiza pieței turistice internaționale	1		

8.	Studii de caz – transporturi turistice internaționale	1		
9.	Studii de caz – contracte în turismul internațional	1		
10.	Studii de caz – analiza evoluției și dezvoltării turismului pe plan mondial și național și discutarea factorilor determinanți în dezvoltarea acestui fenomen	1		
11.	Recapitulare	1		
12.	Evaluare finală	2		

Bibliografie:

1. Laws, E., Richins, H., Agrusa, J., Scott, N., Tourist Destination Governance: Practice, Theory and Issues, CAB International, 2011.
2. Neacșu N., Băltărețu Andreea, Neacșu Monica, Resurse și destinații turistice. Studii de caz, statistici, reglementări și documente O.M.T., Editura Pro Universitaria, 2014.
3. Page S.J., Tourism Mananagement, Elsevier Ltd., Oxford, 2007.
4. Stănciulescu, Gabriela, Micu, Cristina, *Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz*, Editura C.H. Beck, București, 2009.
5. Stănciulescu, G., Managementul operațiunilor din turism, Editura AllBeck, București, 2012.
6. Toma, S., Resurse și destinații turistice, curs pentru învățământul cu frecvență redusă (pe suport electronic), 2023
7. *** Tourism Highlights, UNWTO, 2017.
8. *** World Tourism Barometer, UNWTO, 2022.
9. *** A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO, 2007.
10. *** Yearbook of Tourism Statistics, 2012-2021, UNWTO.
11. *** The World Factbook, CIA, SUA, 2022.
12. www.insse.ro, Anuarele Statistice ale României, capitolul 20: Turism, 2016-2021.
13. www.mdr.ro, www.turism.gov.ro, Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluare scrisă în timpul semestrului;	20%
		Evaluare finală	30%
10.5 Seminar	- prezența și participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea proiectelor.	Evaluarea răspunsurilor și intervențiilor studentului în activitățile de seminar	20%
		Evaluarea prezentării proiectelor	30%
10.6 Standard minim de performanță	Studentul face dovada stăpânirii unui minim de cunoștințe teoretice din turismului internațional cu care s-a operat pe parcursul semestrului.		

Data completării
17 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
Geopolitică
 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	Geopolitică
2.2	Titularul activităților de curs	
2.3	Titularul activităților de seminar / laborator	
2.4	Anul de studii	II
2.5	Semestrul	2
2.6	Tipul de evaluare	C
2.7	Regimul disciplinei	A

3. Timpul total estimat

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	cunoștințe de la disciplina Geografie Economică (studiată în anul I)
4.2	De competențe	capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu videoproiector și hărțile turistice existente la catedră - Platforma e-learning, conexiune internet
5.2	De desfășurare a laboratorului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă - 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
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- asimilarea unor informații, idei, teorii, concepte, modele, procese fundamentale pentru istoria geopolitică recentă, prin prisma activității ultimei generații de jucători geostrategici sau regionali în cadrul multilateral instituțional contemporan; - însușirea de către studenți a contribuțiilor principalelor școli de geopolitică (germană, franceză, anglo-saxonă și românească), cunoașterea evoluțiilor geopolitice și geostrategice în timpul Războiului Rece și în perioada post-Război Rece și identificarea tendințelor actuale de realiniere geopolitică pe plan mondial; - identificarea conceptelor și metodelor geopolitice de evaluare a evenimentelor și proceselor politice.
---------------------------------------	---

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Introducere în geopolitică și geostrategie - Concepte geopolitice - Prezentarea relației dintre geopolitică, geografie, geografie politică, geostrategie și geoeconomie, a obiectului de studiu și a evoluției geopoliticii - Integrarea geopoliticii ca subdomeniu în ansamblul relațiilor internaționale - Perspectivă istorică asupra relațiilor internaționale și a societății internaționale - Puterea pe plan internațional	2		
2	Școala geopolitică germană - Friedrich Ratzel; Rudolf Kjellén; - Geografia politică germană și instituționalizarea geopoliticii germane; - Karl Haushofer.	2	Prelegere	
3	Școala geopolitică franceză - Principalii exponenți ai geografiei politice franceze; - Contribuția geografiei politice franceze la dezvoltarea geopoliticii și istoriografiei.	2	Expunere Conversație euristică	<i>Calculatorul (prezentarea în power –point)</i>
4	Școala geopolitică anglo-saxonă - Alfred T. Mahan; - Frederick J. Turner; - Halford J. Mackinder; - Nicholas J. Spykman; - James Burnham; - Colin S. Gray; - Zbigniew Brzezinski.	2	Problematizare Explicație Demonstrație cu ajutorul mijloacelor moderne audio-vizuale (scurte prezentări PowerPoint)	Prezentări în power-point Studii de caz
5	Școala geopolitică românească - Principalii exponenți ai școlii românești de geopolitică; - Trăsături caracteristice ale școlii românești de geopolitică; - Contribuția istoriografiei la dezvoltarea geopoliticii în România.	2		Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
6	Geostrategia Războiului Rece - „Acordul de procentaj” Churchill-Stalin - Relațiile postbelice de putere în concepția planificatorilor politici externe a marilor puteri; - Aliniamentele geostrategice ale epocii bipolare; - Strategii și repere ale evoluțiilor strategice în perioada Războiului Rece.	3	Metoda analizei și sintezei	
7	Geopolitica în epoca globalizării - Geopolitica post-modernă - Școli de gândire privitoare la globalizare - Globalizarea, regionalizarea, glocalizarea și statul transnațional - Modele explicative post-Război Rece pentru lumea secolului XXI. - Sferele de influență – legătura dintre politic și economic	3		
8	Regiuni cu relevanță geopolitică și geostrategică globală - Relația dintre securitatea energetică, geopolitica energiei și puterea militară;	3		

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

Bibliografie

Aymeric C., Thual F., Dicționar de geopolitică, Grupul editorial Corint, București, 2003.
 Brzezinski Z., Marea tablă de șah. Supremația americană și imperatiile sale geostrategice, Editura Univers Enciclopedic, București, 2000.
 Brzezinski Z., The Choice: Global Domination or Global Leadership, Basic Books, New York, 2004.
 Buzan B., Popoarele, statele și teama, Editura Cartier, Chișinău, 2000.
 Claval P., Geopolitică și geostrategie. Gândirea politică, spațiul și teritoriul în secolul al XX-lea, Editura Corint, București, 2001.
 Cooper R., Destamarea natiunilor - geopolitica lumii secolului XXI, Editura Univers Enciclopedic Gold, 2007.
 Dobrescu P., Geopolitica, ediția a II-a, București, SNSPA, Comunicare.ro, 2008.
 Hirst P., Război și putere în secolul XXI, Editura Antet, București, 2001.
 Kahn S., Geopolitica Uniunii Europene, Editura Cartier, Chișinău, 2009.
 Morgan M.J., American Empire and the American Military, Armed Forces & Society, 2006.
 Neguț S., Geopolitica, Editura Meteor Press, București, 2008.
 Neguț S., Introducere în Geopolitica, Editura Meteor Press, București, 2005.
 Neguț S., Rusu V., Geopolitica latino-americană, Editura Meteor Press, București, 2012.
 Ó Thuatail G., Dalby S., Routledge P., The Geopolitics Reader, Routledge, London and New York, 1998.
 Pop A. (coord.), România și Republica Moldova între Politica Europeană de Vecinătate și perspectiva extinderii Uniunii Europene, Editura Universitară, București, 2010.
 Pop A., Geopolitica, Editura Sylvi, București, 2013.
 Serebrian O., Geopolitica spațiului pontic, Chișinău, Editura Cartier, 2006.
 Simileanu V., Sageata R., Geopolitica României, Editura Top Form, București, 2009.
 Vasiliță R., Geopolitică – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă (suport electronic), 2022.
 Zielonka J., Europe as Empire: The Nature of the Enlarged European Union, Oxford University Press, Oxford, 2016.
 *** Puteri și influențe, Beaumarchais Center for International Research, Editura Corint, București, 2021.
 *** Global Trends 2025: A Transformed World, National Intelligence Council, U.S. Government Printing Office, Washington D.C..

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

Bibliografie

Aymeric C., Thual F., Dicționar de geopolitică, Grupul editorial Corint, București, 2003.
Brzezinski Z., The Choice: Global Domination or Global Leadership, Basic Books, New York, 2004.
Claval P., Geopolitică și geostrategie. Gândirea politică, spațiul și teritoriul în secolul al XX-lea, Editura Corint, București, 2001.
Cooper R., Destamarea națiunilor - geopolitica lumii secolului XXI, Editura Univers Enciclopedic Gold, 2007.
Dobrescu P., Geopolitică, ediția a II-a, București, SNSPA, Comunicare.ro, 2008.
Hirst P., Război și putere în secolul XXI, Editura Antet, București, 2001.
Kahn S., Geopolitica Uniunii Europene, Editura Cartier, Chișinău, 2009.
Morgan M.J., American Empire and the American Military, Armed Forces & Society, 2006.
Negut S., Geopolitica, Editura Meteor Press, București, 2008.
Pop A., Geopolitica, Editura Sylvi, București, 2013.
Simileanu V., Sageata R., Geopolitica Romaniei, Editura Top Form, București, 2009.
Vasilică R., Geopolitică – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă (suport electronic), 2022
Zielonka J., Europe as Empire: The Nature of the Enlarged European Union, Oxford University Press, Oxford, 2016.
*** Puteri și influențe, Beaumarchais Center for International Research, Editura Corint, București, 2021.
*** Global Trends 2025: A Transformed World, National Intelligence Council, U.S. Government Printing Office, Washington D.C..

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (45 minute): calitatea și coerența tratării subiectelor	30 %
10.5 Seminar	• Activitate seminar și prezență - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog.	20%
	• Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii.	• Testare	30%
	• Temă de casă (proiect) - participarea la realizarea și prezentarea proiectului.	• Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	20%
10.6 Standard minim de performanță	- Achiziționarea cel puțin a competențelor: A1, A2, A3, B2, C1. - Nota 5 la evaluarea finală.		

Data completării
17 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
Limba străină pentru afaceri 4 – engleză, 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					Limba străină pentru afaceri 4 – engleză					
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	2	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	L

3. Timpul total estimat

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Parcursirea 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
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Travel and Tourism	4	Expunerea cu material suport Explicația Exemplificarea Dialogul Conversația euristică	CD Player Tabla Videoproiector Calculator platformă e-learning (chat, forum) E-mail
2	Insurance	3		
3	Business Letters	3		
4	The Employment File	3		
5	The Interview Strategy	3		
6	Giving Presentations and Conducting Meetings	3		
7	Presentation Tools	3		
8	Interpreting Visuals. Describing Graphs and Charts	4		
9	Evaluare finală	2		

Bibliografie:

1. Ashley, A., 2003, Oxford Handbook of Commercial Correspondence (New Edition), Oxford University Press.
2. Bantaș, A., Năstăsescu Violeta, 2000, Dicționar economic, Editura Niculescu, București.
3. Barghiel, V. et al., 2003, English for Business Administration, Editura Economică, București.
4. Chiriacescu, Adriana et.al., 2002, Corespondență de afaceri în limbile română și engleză, Editura Teora, București.
5. Duckworth, M., 2003, Business Grammar and Practice, Oxford University Press.
6. Gibson, R., 2002, Intercultural Business Communication, Oxford University Press.
7. Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty, 2014, Business Result. Intermediate. (B1) Student's Book. Oxford University Press.
8. Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty, 2014, Business Result. Intermediate. (B1) Audio CDs (2). Oxford University Press.
9. Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty, 2014, Business Result. Pre-Intermediate. (A2) Student's Book. Oxford University Press.
10. Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty, 2014, Business Result. Pre-Intermediate. (A2) Audio CDs (2). Oxford University Press.
11. Iarovici, Edith, Mareș, Liliana, 1993, Lecții de limba engleză pentru nivel avansat și mediu, Editura Teora.
12. Ilinca, Cristina, 2017, English for Business Communication, Editura 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>	30% 30% 30% 10%
10.6 Standard minim de performanță	Stăpânirea noțiunilor fundamentale aferente tematicii abordate și capacitatea de a le exprima în limba engleză.		

Data completării
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