

FIȘA DISCIPLINEI

Tehnologie hotelieră și de restaurant

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

3. Timpul total estimat

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

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

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

8. Conținuturi

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

Bibliografie

1. Buruiană Geanina, *Ghid de bune practice în turism și hotelărie*, Editura Uranus, București, 2011.
2. Caramidă Cristian, *Brandul ospitalității. Volumul II*, Editura Brandmark, 2012.
3. Costea Mihai, *Implicațiile noilor tehnologii informaționale în creșterea competitivității turistice*, Editura Economică, București, 2019.

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

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

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

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

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

10. Evaluare

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

Data completării
20 septembrie 2023

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
29 septembrie 2023

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

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

FIȘA DISCIPLINEI

Managementul relațiilor cu clienții în comerț, turism, 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

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

3. Timpul total estimat

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu fundamentele teoretice și metodologice ale vânzării de bunuri și servicii și formarea deprinderilor practice necesare realizării vânzării producției în cele mai bune condiții, cu maximă rentabilitate.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Definirea corectă a obiectului de studiu al <i>managementului relațiilor cu clienții</i> și corelarea cu celelalte discipline; 2. Cunoașterea particularităților diferitelor modalități de organizare, coordonare și conducere a activităților specifice de vânzare a produselor/serviciilor întreprinderii de comerț, turism, servicii;

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Gestionarea relațiilor cu clienții în mediul competitiv al organizațiilor din comerț, turism, servicii 1.1 Aspecte generale privind competitivitatea firmei 1.2. Mediul extern competitiv	2	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic ▪ exercițiul ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> - Prezentări în power-point - Studii de caz - Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
2	Definirea, locul și rolul activității de vânzare 2.1. Definirea activității de vânzare 2.2. Locul și rolul activității de vânzare în cadrul activității firmei	2		
3	Tipurile de vânzări 3.1. Clasificarea tipurilor de vânzări după Derek Newton 3.2. Clasificarea tipurilor de vânzări după McMurry și Arnold 3.3. Clasificarea modernă a tipurilor de vânzări, propusă de mai mulți autori printre care și Donaldson	2		
4	Procesul de relaționare cu clienții: procesul de vânzare 4.1. Etapele procesului de vânzare 4.2. Prospectarea și pregătirea pentru prezentare 4.3. Inițierea comunicării și identificarea nevoilor 4.4. Prezentarea în scopul vânzării și negocierea și soluționarea obiecțiilor 4.5.Încheierea vânzării (tranzacției)	2		
5	Definirea și importanța managementului relațiilor cu clienții 5.1. Definirea managementului relațiilor cu clienții 5.2. Importanța managementului relațiilor cu clienții	2		
6	Organizarea structurală a activităților de relaționare cu clienții 6.1. Regulile și scopurile organizării structurale ale activității de vânzare 6.2. Componentele structurii organizatorice a activității de vânzare 6.3. Forme de organizare structurală în activitate de vânzare	2		
7	Managementul strategic al relațiilor cu clienții 7.1.Filozofia managementului strategic al relațiilor cu clienții 7.2. Componentele strategiei în vânzări 7.3. Elaborarea și implementarea strategiei în vânzări	2		
8	Rolul și obiectivele și structura forțelor de vânzare 8.1. Rolul forțelor de vânzare 8.2. Obiectivele forțelor de vânzare	2		
9	Structura și mărimea forțelor de vânzare 9.1. Structura forțelor de vânzare 9.2. Mărimea forței de vânzare	2		
10	Recrutarea și selecția personalului de vânzări 10.1. Recrutarea personalului de vânzări 10.2. Selecția forței de vânzare	2		
11	Pregătirea forței de vânzare 11.1. Obiectivele programelor de pregătire 11.2. Selectarea metodei de instruire adecvate	1		

12	Evaluarea personalului de vânzări 12.1. Metode și tehnici de evaluare 12.2. Stabilirea sarcinilor pentru fiecare agent de vânzări	1		
13	Motivarea și eficiența forțelor de vânzare 13.1. Motivarea forțelor de vânzare 13.2. Eficiența forței de vânzare	2		

Bibliografie

1. Bășanu, Gh., Pricop, M., Gluvcov A. – *Managementul aprovizionării și desfacerii – Culegere de aplicații practice, teste grilă, studii de caz*, Editura Economică, București, 2012
2. Brutu M, *Managementul relațiilor cu clienții în comerț, turism, servicii – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă*, format electronic, Pitești, 2022
3. Brutu M., *Tehnici de vânzare. Fundamente teoretice, teste grilă, aplicații și studii de caz - manual universitar pentru I.F.R.*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2016
4. Brutu M., *Tehnici de vânzări*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
5. Brutu, M. – *Managementul vânzărilor*, Editura Sitech, Craiova, 2009
6. Chira Robert, *Logistica marfurilor*, Vol. I și Vol. II, Editura Pro Universitaria, București, 2016
7. Cuevas J. M., Donaldson B., Lemmens R., *Sales Management: Strategy, Proces and Practice*. Javier Marcos Cuevas, Bill Donaldson, Régis Lemmens. 4th edition. London: Palgrave Macmillan, 2016
8. Donaldson B. – *Managementul vânzărilor*, Editura Codecs, București
9. Heiman, S.E., Sanchez, D. – *The new strategic selling*, London: Kogan Page, 2012
10. Mihael Daniela, Brutu Mădălina, *Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014
11. Patriche Iulian, *Canale de distribuție și logistică*, Editura Prouniversitaria, 2012
12. Waters, C. D. J. – *Logistics: An Introduction To Supply Chain Management*, Palgrave Macmillan, 2013

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuția temelor	2	▪ Dialogul ▪ Lucrul în grup ▪ Exercițiul ▪ Conversația euristică ▪ Dezbaterile cu oponent imaginar	În cadrul primei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării Resurse: • Prezentări power-point pentru descrierea studiilor de caz și stimularea exercițiilor • Studii de caz
2	Poziționarea activității de vânzare în cadrul firmei	2		
3	Cercetarea pieței	4		
4	Structurarea forței de vânzare în organizațiile de comerț, turism, servicii	4		
5	Analiza procesului de vânzare în organizațiile din domeniul comerțului, turismului, serviciilor	4		
6	Fundamentarea, elaborarea și implementarea strategiilor de relaționare cu clienții în organizațiile de comerț, turism, servicii	4		
7	Gestiunea forței de vânzare în organizațiile de comerț, turism, servicii	4		

Bibliografie

1. Bășanu, Gh., Pricop, M., Gluvcov A. – *Managementul aprovizionării și desfacerii – Culegere de aplicații practice, teste grilă, studii de caz*, Editura Economică, București, 2012
2. Brutu M, *Managementul relațiilor cu clienții în comerț, turism, servicii – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă*, format electronic, Pitești, 2022
3. Brutu M., *Tehnici de vânzare. Fundamente teoretice, teste grilă, aplicații și studii de caz - manual universitar pentru I.F.R.*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2016
4. Brutu M., *Tehnici de vânzări*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
5. Brutu, M. – *Managementul vânzărilor*, Editura Sitech, Craiova, 2009
6. Chira Robert, *Logistica marfurilor*, Vol. I și Vol. II, Editura Pro Universitaria, București, 2016
7. Cuevas J. M., Donaldson B., Lemmens R., *Sales Management : Strategy, Proces and Practice*. Javier Marcos Cuevas, Bill Donaldson, Régis Lemmens. 4th edition. London : Palgrave Macmillan, 2016
8. Donaldson B. – *Managementul vânzărilor*, Editura Codecs, București
9. Heiman, S.E., Sanchez, D. – *The new strategic selling*, London: Kogan Page, 2012
10. Mihael Daniela, Brutu Mădălina, *Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014
11. Patriche Iulian, *Canale de distribuție și logistică*, Editura Prouniversitaria, 2012
12. Waters, C. D. J. – *Logistics: An Introduction To Supply Chain Management*, Palgrave Macmillan, 2013

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

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

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

10. Evaluare

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

Data completării
19 septembrie 2023

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

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

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 promoționale 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

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

3. Timpul total estimat

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Însușirea de către studenți a principalelor metode și tehnici promoționale, elaborarea de programe de publicitate eficiente; elaborarea și operaționalizarea de programe de publicitate directă, promovare a vânzărilor, relații publice.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte din domeniul tehnicilor promoționale cu care operează agenții economici din comerț, turism și servicii. 2. Cunoașterea particularităților relațiilor publice – ca tehnică de promovare a imaginii firmei. 3. Însușirea caracteristicilor specifice manifestărilor expoziționale. 4. Cunoașterea și înțelegerea modului de concepere și transmitere a mesajului publicitar.

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

8. Conținuturi

8.1. Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1 ACTIVITATEA PROMOȚIONALĂ A ÎNTREPRINDERII MODERNE 1.1. Activitatea promoțională – conținut și importanță 1.2. Funcțiile și tipologia strategiilor promoționale 1.3. Metodologia elaborării strategiilor promoționale	3		
2 PUBLICITATEA 2.1. Definirea, caracteristicile și funcțiile publicității 2.2. Diversitatea tipologică a publicității 2.3. Canalele de transmitere a mesajelor publicitare 2.4. Conținutul și structura anunțului publicitar 2.5. Metodologia proiectării și implementării unei campanii publicitare	3		
3 PROMOVAREA VÂNZĂRILOR 3.1. Conținutul și caracteristicile esențiale ale tehnicilor de promovare a vânzărilor 3.2. Tipologia tehnicilor de promovare a vânzărilor 3.3. Particularități ale utilizării principalelor tehnici de promovare a vânzărilor	3		
4 RELAȚIILE PUBLICE 4.1. Definirea și importanța tehnicii promoționale relații publice 4.2. Obiectivele, instrumentele, componente și mijloace de acțiune la dispoziția relațiilor publice 4.3. Tehnici și metode specifice activităților de relații publice	3	▪ prelegerea ▪ exemplificarea ▪ expunerea cu material suport ▪ exercițiul ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
5 MARCA 5.1. Perspective de abordare a conceptului de marcă din punct de vedere comercial și juridic 5.2. Elementele care compun și personalizează o marcă – definire și condiții pentru alegerea lor 5.3. Cerințe și semnificații ale unei mărci competitive 5.4. Principalele funcții ale mărcii 5.5. Tipologia mărcilor 5.6. Procedura de înregistrare a mărcii	3		
6 MANIFESTĂRILE PROMOȚIONALE 6.1. Particularitățile, avantajele și tipologia manifestărilor expoziționale 6.2. Obiective specifice participării la manifestările expoziționale 6.3. Elaborarea programului participării la manifestările expoziționale 6.4. Utilizarea sponsorizării ca instrument promoțional 6.5. Principalele forme și domenii pretabile sponsorizării	3		
7 FORȚA DE VÂNZARE 7.1. Abordarea forței de vânzare ca tehnică promoțională 7.2. Organizarea și conducerea activității forței de vânzare 7.3. Managementul forței de vânzare	3		
8 MARKETINGUL DIRECT 8.1. Conținutul și importanța marketingului direct 8.2. Indicatori de măsurare a performanței online marketing 8.3. Strategii eficiente de marketing online	3		
Bibliografie 1. Drăghici, Constantin, Mihai, Daniela, Micu, Cristina, <i>Curs de tehnici promoționale</i>, Editura Universității din Pitești, 2010 2. Fisher-Buttinger, Claudia, Vallaster, Christine, <i>Noul branding: Cum să construiești capitalul unei mărci</i>, Editura Polirom, București, 2011.			

3. Manole, Victor, Stoian, Mirela, Ion, Raluca Andreea, <i>Marketing</i>, Editura ASE, București, 2011. 4. Micu Cristina, <i>Tehnici promoționale în comerț, turism, servicii – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă</i> (suport electronic), 2022. 5. Mihai, Daniela, <i>Curs de tehnici promoționale</i>, Editura Universității din Pitești, 2008. 6. Mihai, Daniela, Micu, Cristina, Antoniu, Eliza, <i>Tehnici promoționale – Fundamente teoretice și teste grilă</i>, Editura Universității din Pitești, 2016. 7. McKee, Steve, <i>Power Branding : Leveraging the success of the world's best brands</i>, Palgrave Macmillan, 2014. 8. Moise, Daniel, <i>Marketingul evenimentelor. Târgurile și expozițiile</i>, Editura ASE, București, 2015. 9. Oancea, Olimpia, <i>Comunicarea integrată de marketing</i>, Editura Sitech, Craiova, 2013. 10. Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane, <i>Marketing Management</i>, Pearson-Practice Hall, 2009. 11. Kotler Philip, Keller Kevin Lane, <i>Managementul marketingului</i>, disponibilă la https://www.101books.ru/pdf/25079129-Kotler-Keller-Managementul-Mark.pdf 12. Pavel Camelia, <i>Tehnici promoționale. Abordări teoretice și practice</i>, Editura Universitară, București, 2017. 13. Preda, Sorin, <i>Introducere în creativitatea publicitară</i>, Editura Polirom, București, 2011. 14. Pringle, Hamish, Field, Peter, <i>Strategii pentru brandingul de succes. Notorietatea și longevitatea unei mărci</i>, Editura Polirom, București, 2011. 15. Zbucnea, Alexandra, Pinzaru, Florina, Galalae, Cristina, Mitan, Andreea, <i>Ghid esențial de promovare</i>, Editura Tritonic, 2015.				
8.2. Aplicații:Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1.	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, stabilirea studiilor de caz.	1	- dialogul - dezbateră - conversația euristică	Lucrul în echipă Calcul economice Studii de caz Test de verificare
2.	Metode de dimensionare și structurare a bugetului de promovare	1		
3.	Evaluarea impactului unui anunț publicitar	2		
4.	Realizarea fișei de promovare a vânzărilor pentru un produs	2		
5.	Indicatori de caracterizare a unui plan media	2		
6.	Alegerea planului media pe baza criteriului CPM	2		
7.	Eficiența forței de vânzare.	1		
8.	Indicatori de măsurare a performanței de marketing onșine	1		
Proiect				
9.	Analiza comparativă a demersurilor publicitare realizate pentru două mărci (A și B) din aceeași categorie. Prezentarea structurii proiectului.	2	- dialogul - dezbateră - conversația euristică	Lucrul în echipă Prezentare proiect
10.	Caracterizare succintă a pieței produsului „X”; poziția mărcilor A și B pe această piață.	3		
11.	Analiza publicității pentru marca A	2		
12.	Analiza publicității pentru marca B	2		
13.	Asemănări și deosebiri privind comunicarea publicitară a mărcilor A și B	3		
Bibliografie				
1. Cucu, Ioan, <i>Tehnici promoționale</i>, Editura Universitas, Petroșani, 2014. 2. Carnegie, Dale, Crom, J. Oliver, Crom, Michael, <i>Tehnici de a vinde</i>. Editura Curtea Veche, București, 2020. 3. Drăghici, Constantin, Mihai, Daniela, Micu, Cristina, - <i>Curs de tehnici promoționale</i>, Editura Universității din Pitești, 2010 4. Fisher-Buttinger, Claudia, Vallaster, Christine, <i>Noul branding: Cum să construiești capitalul unei mărci</i>, Editura Polirom, București, 2011. 5. Jesse Johnston, <i>Email Marketing: Blueprint, Rules and Template for Your Email Marketing Business</i>, Kindle Edition, 2016. 6. Manole, Victor, Stoian, Mirela, Ion, Raluca Andreea, <i>Marketing</i>, Editura ASE, București, 2011. 7. Micu Cristina, <i>Tehnici promoționale în comerț, turism, servicii – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă</i> (suport electronic), 2022. 8. Mihai, Daniela, Micu, Cristina, Antoniu, Eliza, <i>Tehnici promoționale – Fundamente teoretice și teste grilă</i>, Editura Universității din Pitești, 2016. 9. Milovan Anca-Maria, Dobre Costinel, <i>Marketing online și social media</i>, Editura C.H. Beck, București, 2019. 10. Oancea, Olimpia, <i>Comunicarea integrată de marketing</i>, Editura Sitech, Craiova, 2013. 11. Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane, <i>Marketing Management</i>, Pearson-Practice Hall, 2009 12. Pavel Camelia, <i>Tehnici promoționale. Abordări teoretice și practice</i>, Editura Universitară, 2017. 13. Pringle, Hamish, Field, Peter, <i>Strategii pentru brandingul de succes. Notorietatea și longevitatea unei mărci</i>, Editura Polirom, 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 teoriilor însușite la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților comunității academice din domeniul promovării.
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniul promovării.

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

10. Evaluare

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

Data completării
21 septembrie 2023

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

Titular de seminar / proiect,
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
Managementul resurselor umane
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				Managementul resurselor umane						
2.2	Titularul activităților de curs				Lect. univ. dr. OANCEA Olimpia-Elena-Mihaela						
2.3	Titularul activităților de seminar				Lect. univ. dr. OANCEA Olimpia-Elena-Mihaela						
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.6. Asistență în managementul resurselor umane – 2 PC
Competențe transversale	CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipe – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

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

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Conceptul și evoluția managementului resurselor umane. Modelele managementului resurselor umane	3	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz
2	Rolul și particularitățile resurselor umane în cadrul organizației	2		
3	Strategii și politici în domeniul managementului resurselor umane	3		
4	Analiza și proiectarea posturilor	3		
5	Planificarea resurselor umane	2		
6	Recrutarea și selecția resurselor umane	3		
7	Remunerarea personalului	3		
8	Managementul carierei	3		
9	Evaluarea performanțelor profesionale	2		
Bibliografie:				
1. Cristian Virgil Marinaș, Irinel Marin, Elvira Nica, Ana Bogdan, Viorel Lefter (coord.), Alexandrina Deaconu (coord), Aurel Manolescu (coord) – <i>Managementul resurselor umane</i>, Ed. ProUniversitaria, București, 2013 2. Cole, G. A. – <i>Managementul personalului</i>, Editura CODECS, București, 2000 3. Dragomir, Gh., Vârzaru, M., Șchiopoiu – Burlea, A., - <i>Managementul resurselor umane</i>, Editura Universitaria, Craiova, 2010 4. Marin, I., - <i>Auditul resurselor umane</i>, Editura Economică, București, 2011 5. Secară C., - <i>Managementul resurselor umane. Fundamente teoretice și teste grilă</i>, manual universitar pentru învățământ cu frecvență redusă (suport electronic), 2022 6. Secară, C., - <i>Managementul carierei în administrația publică din România</i>, Editura SITECH, Craiova, 2009 7. Secară Carmen - <i>Tendințe și practică în domeniul managementului resurselor umane</i>, Editura Sitech, Craiova, 2014 8. Secară Carmen - <i>Tendințe în managementul resurselor umane</i>, Editura Sitech, Craiova, 2013 9. Popescu, M., Popescu, E., Popescu, E.D., Secară, C. <i>Managementul resurselor umane – manual universitar pentru IFR</i>, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010 10. <i>Codul muncii</i>, 2020 actualizat				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; distribuirea temelor și a referatelor	1	- dialogul - dezbateră - lucru în echipă - simulare de interviu	Lucrul în echipă
2	Definirea și particularitățile managementului resurselor umane ➤ Exemple de activități ale departamentului de Resurse Umane într-o organizație; ➤ Teste-grilă de verificare a cunoștințelor	1		Prezentare temă de casă
3	Activități specifice departamentului de Resurse Umane în activitățile de comerț, turism și servicii	1		Studii de caz
				Test de verificare

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

Bibliografie:

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

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

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

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

10. Evaluare

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

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

Data completării 18 septembrie 2023	Titular de curs, Lect. univ. dr. OANCEA Olimpia-Elena-Mihaela	Titular de seminar, Lect. univ. dr. OANCEA Olimpia-Elena-Mihaela
--	--	---

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

Managementul proiectelor în afaceri, anul universitar: 2023 - 2024

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

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

3. Timpul total estimat

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

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

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Conceptul general de proiect. Clarificări și delimitări conceptuale privind proiectele 1.1 Proiectul – definire, caracteristici 1.2 Caracteristicile unui proiect. Clasificarea proiectelor 1.3 Contextul proiectului 1.4 Factorii de succes și de eșec ai proiectelor	3	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic ▪ exercițiul ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> Prezentați în power-point Studii de caz
2	Managerul și echipa de proiect 2.1 Managerul de proiect 2.2 Echipa de proiect 2.3 Structuri organizatorice în managementul proiectelor 2.4 Sponsorul proiectului	3		
3	Conceperea proiectelor prin analiza și ingineria valorii 3.1 Analiza și ingineria valorii – concept și obiect de studiu 3.2 Analiza funcțională 3.3 Dimensionarea funcțiilor 3.4 Analiza sistemică a funcțiilor	3		
4	Inițierea și lansarea proiectelor 4.1 Identificarea și formularea proiectului. Pregătirea inițierii 4.2 Managementul factorilor care influențează derularea proiectelor 4.3 Reuniunea de inițiere a proiectului. Evidența derulării proiectului. Rezumatul proiectului 4.4 Managementul riscurilor 4.5 Evaluarea economică a proiectului. Lansarea proiectului	3		
5	Reprezentarea proiectelor prin procedeul A0N. Metoda MPM (Potentiale Metra) 5.1. Reguli de construire a rețelei AoN 5.2. Diagrame de precedentă	3		
6	Metoda Pert (Program Evaluation and Review Technique)	3		
7	Derularea proiectelor 7.1 Lansarea în execuție a proiectelor 7.2 Monitorizarea și stabilirea acțiunilor de corecție 7.3 Controlul și evaluarea derulării proiectului	3		
8	Finalizarea proiectelor 8.1 Perturbații la finalul proiectului 8.2 Predarea și acceptarea proiectului 8.3 Reuniunea de finalizare a proiectului 8.4 Evaluarea post - proiect	3		

Bibliografie

1. Constantinescu, D. - **Managementul proiectelor. Fundamente, metode și tehnici**, Ed. Sitech, Craiova, 2009
2. Bonghez, S., **Managementul de proiect - adevăr sau provocare?** Editura Universul Juridic, București, 2013
3. Cruceru, A. (Coordonator), **Managementul Proiectelor**, Editura Universitară, București, 2012
4. Dascălu Nicoleta, **Managementul proiectelor în afaceri – manual universitar pentru învățământ cu frecvență redusă** (suport electronic), 2022
5. Dascălu, N. - **Managementul proiectelor** (format electronic), 2016
6. Deac, V. - **Management**, Editura ASE, București, 2016
7. Florescu, D., **Managementul proiectelor cu finanțare europeană**, Editura C.H.Beck, București, 2012
8. Ghenea, M. – **Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri**, SC Universul juridic SRL, 2011
9. Gorghiu, L., M., Gorghiu, G., Stan, M.F. - **Managementul proiectelor – o abordare orientată pe aplicații**, Editura Bibliotheca, București, 2009
10. Grădinaru, D. - **Managementul proiectelor**, Curs în format IFR, 2017, revizuit în 2022
11. Ilie, G., **Managementul proiectelor cu finanțare europeană**, Ediția a II-a, Editura Pro Universitaria, 2013
12. Iliescu, V. - **Managementul proiectelor**, Editura Sitech, Craiova, 2011
13. Ionescu, M., Vasilescu, M., Teresne, C. - **Matematica managementului și managementul proiectelor**, Editura Matrixrom, București, 2013
14. Kerzner, H. - **Management de proiect. Abordare sistemică**, Editura Codecs, 2011
15. Le Dantec, Tanguy - **Managementul proiectelor prin exemple**, Editura CH Beck, București, 2009
16. Neagu, M., **Managementul proiectelor europene**, Editura Fundația România de Măine, 2019
17. Newton, R. - **Management de proiect- pas cu pas**, Editura Meteor Press, București, 2011
18. Novac, C. - **Managementul echipei de proiect**, Editura Tritonic, București, 2014
19. Pacelli, L. - **Consilierul managementului de proiect**, Editura Meteor Press, București, 2007
20. Postăvaru, N. - **Decizie și previziune**, Editura MatrixRom, București, 2014
21. Postăvaru, N., Băncilă, S., Icociu, C. - **Management integrat al proiectelor investiționale**, Editura Matrixrom, București, 2014
22. Postăvaru, N., Drăghici, G., Icociu, C.V., **Managementul proiectelor cu aplicare în construcții**, Universitatea Tehnică de Construcții, București, 2018
23. Radu, V., Bănac, S.C., Dobrea, R.C., Simion, C.P. - **Managementul proiectelor**, Editura Universitară, București, 2010
24. Radu, V. (coord.). - **Managementul proiectelor**, Editura Universitară, București, 2008
25. Roberts, P., - **Ghid pentru managementul proiectelor. Cum gestionăm corect proiectele pentru a obține beneficii durabile**, Editura Comunicare.ro, București, 2019
26. Tecău, A.S., Constantin, C.P., **Managementul proiectelor și planificarea de marketing**, Editura Universitară, 2016
27. Young, T.L. - **Managementul proiectelor de succes**, Editura Rentrop & Straton, 2014

8.2. Aplicații: Proiect		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor de casă. Proiect – definire, caracteristici. Tipologia proiectelor. Mixul de marketing în managementul proiectelor Structuri organizatorice în managementul proiectelor	2	- dialogul - dezbateră - lucrul în echipă - conversația euristică	Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
2	Analiza funcțională și dimensionarea funcțiilor prin Analiza și ingineria valorii	3		
3	Evaluarea economică a proiectelor. Costuri generate de un proiect. Estimarea costurilor. Managementul riscurilor	4		
4	Lansarea în execuție a proiectelor. Controlul și evaluarea derulării proiectului. Predarea și acceptarea proiectului. Evaluarea post-proiect	3		
5	Managementul proiectelor cu ajutorul metodelor de planificare a activităților în rețea Calculul duratelor activităților și construirea grafului rețea prin metoda C.P.M.	4		
6	Calculul duratelor activităților și construirea grafului rețea prin metoda M.P.M.	2		
7	Calculul duratelor activităților și construirea grafului rețea prin metoda P.E.R.T.	4		
8	Evaluare periodică - Verificare finală	2		

Bibliografie

1. Băncescu, M., -**Managementul proiectelor pentru analiza afacerilor**, Editura ASE, București, 2017
2. Bonghez, S., **Managementul proiectelor în întreprinderile mijlocii**, Editura Universul Juridic, Colecția Business, 2013

3. Budică, I., **Managementul proiectelor în afaceri**, Editura Universitaria, 2020
4. Constantinescu, D. - **Managementul proiectelor. Fundamente, metode și tehnici**, Editura Sitech, Craiova, 2011
5. Dascălu Nicoleta, **Managementul proiectelor în afaceri – manual universitar pentru învățământ cu frecvență redusă** (suport electronic), 2022
6. Dascălu, N.. - **Managementul proiectelor** (format electronic), 2016
7. Grigorescu, A. - **Practica managementului proiectelor**, Editura Uranus, București, 2009
8. Gorghiu, L.,M., Gorghiu, G., Stan, M.F. - **Managementul proiectelor – o abordare orientată pe aplicații**, Editura Bibliotheca, București, 2013
9. Grădinaru, D. - **Managementul proiectelor**, Curs în format IFR, 2017, revizuit în 2022
10. Grigorescu, A. - **Practica managementului proiectelor**, Editura Uranus, București, 2011
11. Grigorescu, A. - **Managementul proiectelor**, Editura Uranus, București, 2010
12. Le Dantec, Tanguy - **Managementul proiectelor prin exemple**, Editura CH Beck, bucurești, 2009
13. **Manual Gower de Management de proiect**, ediția a III-a, Editura Codecs, 2005
14. Mochal, T., Mochal, J. - **Lecții de management de proiect**, editura Codecs, 2006
15. Newton, R. - **Management de proiect- pas cu pas**, Editura Meteor Press, București, 2012
16. Radu, V. - **Managementul proiectelor**, Editura Universitară, București, 2010
17. Radu, V., Curteanu, D. - **Managementul proiectelor de construcții. Culegere de teste și studii de caz**, Editura Tribuna Economică, București, 2009
18. Railean, E. -, **Managementul proiectului: Dezvoltare profesionala si institutionala**, Editura Lumen, București, 2017
19. Roberts, P., - **Ghid pentru managementul proiectelor. Cum gestionam corect proiectele pentru a obtine beneficii durabile**, Editura Comunicare.ro, București, 2019

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

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

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

10. Evaluare:

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

Data completării
20 septembrie 2023

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
29 septembrie 2023

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

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

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

3. Timpul total estimat

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

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

	4. Deprinderea studenților cu etapele de elaborare și realizare a noilor proiecte; 5. Deprinderea studenților cu soluțiile de stimulare a circulației ecoturistice și de asigurare a integrării ecoturismului și turismului rural în economia teritoriului. B. Obiective procedurale 1. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice ecoturismului și turismului rural; 2. Culegerea și prelucrarea de date din surse documentare alternative și din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor care influențează ecoturismul și turismul rural; 3. Formarea deprinderilor de utilizare a instrumentelor statistice în evaluarea circulației (eco)turistice; 4. Utilizarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor utilizate în cercetarea activității turistice dintr-o zonă sau țară. 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	ECOTURISMUL, COMPONENTĂ A TURISMULUI DURABIL – NOȚIUNI FUNDAMENTALE 1.1. Ecoturismul: noțiuni de bază 1.2. Obiective și principii ale ecoturismului Factorii care determină aplicarea ecoturismului	3		
2	MANAGEMENTUL ȘI MARKETINGUL ECOTURISTIC 2.1. Managementul ecoturistic 2.2. Marketingul ecoturistic 2.3. Organisme internaționale implicate în susținerea ecoturismului	3		
3	PIAȚA ECOTURISTICĂ ȘI TENDINȚELE ACESTEIA 3.1. Profilul pieței ecoturistice 3.2. Resursele ecoturistice și parcul național ca principală resursă ecoturistică 3.3. Principalele destinații ecoturistice pe glob 3.4. Activitățile ecoturistice promovate pe piața turistică 3.5. Structuri ecoturistice de primire 3.6. Personalul din ecoturism 3.7. Tendințe ale pieței ecoturismului	3		
4	ECOTURISMUL ÎN ROMÂNIA 4.1. Potențialul ecoturistic al României 4.2. Legislația privind ecoturismul în România 4.3. Ariile protejate din România - suport al activităților ecoturistice 4.4. Managementul turistic al ariilor protejate din România 4.5. Analiza infrastructurii specifice și a circulației ecoturistice în principalele destinații ecoturistice din România	3	- prelegerea - explicația - expunerea cu material suport	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
5	TURISMUL RURAL 5.1. Concepte și definiții 5.2. Factorii de dezvoltare a turismului rural 5.3. Componentele turismului rural 5.4. Subtipurile turismului rural 5.5. Asociații profesionale în domeniul turismului rural 5.6. Experiențe internaționale în domeniul turismului rural 5.7. Tendințele unui turism rural de calitate	3	dezbateră cu oponent imaginar	
6	AGROTURISM ȘI TURISM DURABIL 6.1. Definiția agroturismului 6.2. Agroturismul în România 6.3. Inițiative și experiențe în agroturism la nivelul Uniunii Europene 6.4. Programe europene privind dezvoltarea turismului rural 6.5. Măsuri de stimulare a activității de agroturism 6.6. Locul și rolul agroturismului în economia locală și cea națională	3		
7	MARKETINGUL TURISMULUI RURAL 7.1. Marketingul activităților de turism rural 7.2. Piața turismului rural 7.3. Produsul turistic rural european 7.4. Cererea turistică în spațiul rural din țările Uniunii Europene	3		

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

Bibliografie:

- Bâc D., 2013 Turismul și dezvoltarea durabilă: realități, provocări, oportunități, Editura Economică, București.
- Cândea Mihaela, Bogan Elena, Simon Tamara, 2011, Așezările umane și organizarea spațiului geografic, Editura Universitară, București
- Cândea Melinda, Simon Tamara, Bogan Elena, 2012, Patrimoniul turistic al României, Editura Editura Universitară, București.
- Erdeli G., Gheorghilaș A., 2006, Amenajări turistice, Editura Universitară, București.
- Glăvan V., 2006, Potențialul turistic și valorificarea sa, Editura Fundației România de Măine, București.
- Hornoiu R., 2009, Ecoturismul, orientare prioritară în dezvoltarea durabilă a comunităților locale, Editura ASE, București.
- Holden A., Fennell D., 2013, The Routledge handbook of tourism and the environment. Routledge Handbooks, New York.
- Honey Martha, 2008, Ecotourism and sustainable development: Who owns paradise?, 2d ed. Washington, DC: Island.
- Miu Florentina, Simoni Smaranda, 2010, Ecoturism și turism rural - manual universitar pentru învățământul frecvență redusă (diponibil și pe platforma e-learning), Editura Universității din Pitești.
- Nistoreanu P., 2006, Ecoturism și turism rural, Editura ASE, București.
- Nistoreanu P., Ghereș Mihaela (coordonatori), 2010, Turism rural: tratat, Editura C.H.Beck, București.
- Page S.J., 2007, Tourism Mananagement, Elsevier Ltd., Oxford.
- Pender L., Sharpley R., 2005, The Management of Tourism, SAGE Publications Ltd, London.
- Rusu S., Isac F., 2010, Turism rural și ecoturism, Editura Universității Aurel Vlaicu, Arad, 2010.
- Seba J.A., 2012, Ecotourism and sustainable tourism: New perspectives and studies, Apple Academic, Toronto.
- Toma Smaranda, 2023, Ecoturism și turism rural – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă, Pitești, format electronic.
- Tribe J., 2006, The economics of recreation, leisure and tourism, Amsterdam, Elsevier.
- Weaver D., 2001, The Encyclopedia of Ecotourism, CABI.
- ***1994, Agenda 21, UNEP.
- ***2015, Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, United Nations.
- ***2022, Tourism Highlights, UNWTO.
- ***2022, World Tourism Barometer, UNWTO.
- *** 2022, Yearbook of Tourism Statistics, UNWTO.
- *** 2016, Quick Start Guide to a Tourism Business, NEAP.
- *** 2007, A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO.
- ***2008, Strategia Națională pentru Dezvoltare Durabilă a României Orizonturi 2013-2020-2030, Ministerul Mediului și Dezvoltării Durabile, Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare, Centrul Național pentru Dezvoltare Durabilă, București, MO 828/8.12.2008.
- www.insse.ro, Anuarele Statistice ale României – capitolul 20: Turism, 2012-2022.
- www.mdrt.ro, Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026
- www.ecotourism.org
- www.antrec.ro

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

Bibliografie:

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

3. Căndea Melinda, Simon Tamara, Bogan Elena, 2012, Patrimoniul turistic al României, Editura Editura Universitară, București.
4. Erdeli G., Gheorghilaș A., 2006, Amenajări turistice, Editura Universitară, București.
5. Glăvan V., 2006, Potențialul turistic și valorificarea sa, Editura Fundației România de Măine, București.
6. Hornoiu R., 2009, Ecoturismul, orientare prioritară în dezvoltarea durabilă a comunităților locale, Editura ASE, București.
7. Holden A., Fennell D., 2013, The Routledge handbook of tourism and the environment. Routledge Handbooks, New York.
8. Honey Martha, 2008, Ecotourism and sustainable development: Who owns paradise?, 2d ed. Washington, DC: Island.
9. Miu Florentina, Simoni Smaranda, 2010, Ecoturism și turism rural - manual universitar pentru învățământul frecvență redusă (diponibil și pe platforma e-learning), Editura Universității din Pitești.
10. Nistoreanu P., 2006, Ecoturism și turism rural, Editura ASE, București.
11. Nistoreanu P., Ghereș Mihaela (coordonatori), 2010, Turism rural: tratat, Editura C.H.Beck, București.
12. Page S.J., 2007, Tourism Mananagement, Elsevier Ltd., Oxford.
13. Pender L., Sharpley R., 2005, The Management of Tourism, SAGE Publications Ltd, London.
14. Rusu S., Isac F., 2010, Turism rural și ecoturism, Editura Universității Aurel Vlaicu, Arad, 2010.
15. Seba J.A., 2012, Ecoturism and sustainable tourism: New perspectives and studies, Apple Academic, Toronto.
16. Toma Smaranda, 2023, Ecoturism și turism rural – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă, Pitești, format electronic.
17. Tribe J., 2006, The economics of recreation, leisure and tourism, Amsterdam, Elsevier.
18. Weaver D., 2001, The Encyclopedia of Ecotourism, CABI.
19. ***1994, Agenda 21, UNEP.
20. ***2015, Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, United Nations.
21. ***2022, Tourism Highlights, UNWTO.
22. ***2022, World Tourism Barometer, UNWTO.
23. *** 2022, Yearbook of Tourism Statistics, UNWTO.
24. *** 2016, Quick Start Guide to a Tourism Business, NEAP.
25. *** 2007, A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO.
26. ***2008, Strategia Națională pentru Dezvoltare Durabilă a României Orizonturi 2013-2020-2030, Ministerul Mediului și Dezvoltării Durabile, Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare, Centrul Național pentru Dezvoltare Durabilă, București, MO 828/8.12.2008.
27. www.insse.ro, Anuarele Statistice ale României – capitolul 20: Turism, 2012-2022.
28. www.mdrt.ro, Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026
29. www.ecotourism.org
30. www.antrec.ro

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

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

10. Evaluare

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

Data completării
15 septembrie 2023

Titular de curs,
Lect. univ. dr. Toma Smaranda Nicoleta Cristina

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Toma Smaranda Nicoleta

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

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

3. Timpul total estimat

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea elementelor de bază de Micro și Macro - Economie, Geografie Economică, Marketing, Comerț internațional
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	Dotare a sălii de curs cu videoproector Platforma e-learning, conexiune internet
5.2	De desfășurare a laboratorului	Dotarea clasică a sălii de seminar

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

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

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

8. Conținuturi

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

Bibliografie:

1. Branson Richard, „Afacerile pentru oameni”, Editura Publica, 2012
2. Burciu Aurel (coordonator) - „Tranzacții comerciale internaționale”, Editura Polirom, Iași, 2010
3. Carroué Laurent, Collet Didier - „La mondialisation contemporaine. Rapports de force et enjeux”, Éditions Bréal, 2013
4. Fota Constantin - „Comerț internațional și politici comerciale internaționale”, Editura Universitaria, Craiova, 2002
5. James - „Provocările viitorului. Principalele tendințe care vor reconfigura lumea în următorii 5, 10, 20 de ani”, Editura Polirom, Iași, 2010
6. Joseph E. Stiglitz - „Prețul inegalității. Cum societatea divizată din ziua de astăzi ne pune în pericol viitorul”, Editura Publica, București, 2013
7. Harvard Business Revi Simon Sinek, „Liderii mănâncă ultimii”, Editura Publica, 2014
8. Hurduzeu Gh., Nicolescu I., Alexoaie A.P., Apăvăloaie M.A., Bari I., Belu M.G., Bobircă A.B.; Capotă Stanciu R. „Relații economice internaționale: Teorii, strategii, politici, instrumente și studii de caz”, Editura ASE, București, 2017
9. Friedman George - „Următorul deceniu. De unde venim...și încotro ne îndreptăm”, Editura Litera, București, 2011
10. Friedman Milton, Friedman Rose - „Libertatea de a alege. O declarație personală”, Editura Publica, București, 2009
11. Gueutin Claire-Agnès - „L'essentiel de l'économie internationale”, Ellipses, France, 2013
12. Krugman Paul - „End This depression, Now !”, Ed. Melrose Road Partners, 2012
13. Krugman Paul - „Întoarcerea Economiei Declinului și criza din 2008”, Editura Publica, București, 2009
14. Krugman Paul, Maurice Obsfeld, Marc Melitz, 9-e édition - „Économie internationale”, Pearson Education France, 2012
15. Meghișan Flaviu – „Comerț internațional”. Editura Sitech, Craiova, 2014
16. Meghișan Flaviu – „Comerț internațional. Teorie, teste grilă, aplicații și studii de caz. Manual universitar pentru IFR”, Editura Sitech, Craiova, 2017
17. Meghișan Flaviu – „Servicii internaționale. Manual universitar pentru IFR” (suport electronic), 2023
18. Nyambuu, Unurjargal; Tapiero, Charles S., „Globalization, Gating, and Risk Finance”, Editura John Wiley & Sons, Hoboken, NJ, 2018

19. Porter Michael - „Despre concurență”, Editura Meteor Press, București, 2008				
20. Roubini Nouriel, Mihm Stephen - „Economia crizelor. Curs – fulger despre viitorul finanțelor”, Editura Publica, București, 2010				
21. Schumpeter Joseph A. - „Poate supraviețui capitalismul? Distrugerea creatoare și viitorul economiei globale”, Editura Publica, București, 2011				
22. Starobin Paul - „Sfârșitul secolului american și noile puteri mondiale”, Editura Litera, București, 2011				
23. Stiglitz Joseph E. - „În cădere liberă. America, piața liberă și prăbușirea economiei mondiale”, Editura Publica, București, 2010				
8.2. Aplicații: Seminar / Laborator / Teme de casă		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor	1	▪ Dialogul ▪ Lucrul în grup ▪ Conversația euristică ▪ dezbateră cu oponent imaginar	În cadrul primei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării Resurse folosite: ▪ Scurte prezentări în power-point pentru descrierea studiilor de caz și stimularea exercițiilor ▪ Studii de caz
2	Repartiția geografică a schimburilor comerciale de servicii. Câștigătorii și pierdanții schimburilor internaționale cu servicii	1		
3	Polarizarea schimburilor internaționale de servicii. Impactul aranjamentelor preferențiale în serviciile internaționale	1		
4	Rolul băncilor în comerțul internațional. Titlurile de comerț. Finanțarea exportului și a importului	1		
5	Prețul împrumuturilor internaționale. Locul și rolul bursei de valori în piața financiară internațională	1		
6	Tranzacții de servicii internaționale în compensație	1		
7	Regulile INCOTERMS	1		
8	Cadrul juridic al serviciilor internaționale: de la negociere la contractare externă, clauze și articole ale unui contract internațional, legea aplicabilă contractelor externe	1		
9	Mecanismul derulării unei operațiuni de comerț exterior: negocierea internațională; contractarea: pregătirea mărfii pentru extern; facturarea la extern; expediția internațională; transportul internațional (transportul maritim, aerian, fluvial și feroviar internațional); vămuirea și recepția mărfurilor; plata contravalorii și soluționarea litigiilor	1		
10	Managementul și profesiograma specialistului în comerț exterior România, în comerțul internațional cu servicii; evoluții și perspective	1		
11	Evaluare periodică	2		
Bibliografie:				
1. Canton James - „Provocările viitorului”, Editura Polirom, Iași, 2010				
2. Friedman George - „Următorul deceniu. De unde venim...și încotro ne îndreptăm.”, Editura Litera, București, 2011				
3. Harvard Business Revi Simon Sinek, „Liderii mănâncă ultimii”, Editura Publica, 2014				
4. Hurduzeu Gh., Nicolescu I., Alexoaie A.P., Apăvăloaie M.A., Bari I., Belu M.G., Bobircă A.B.; Capotă Stanciu R. „Relații economice internaționale: Teorii, strategii, politici, instrumente și studii de caz”, Editura ASE, București, 2017				
5. Krugman Paul, Obsfeld Maurice, Melitz Marc, 9-e édition - „Économie internationale”, Pearson Education France, 2012				
6. Meghișan Flaviu – „Comerț internațional” – Editura Sitech, Craiova, 2014				
7. Meghișan Flaviu – „Comerț internațional. Teorie, teste grilă, aplicații și studii de caz. Manual universitar pentru IFR”, Editura Sitech, Craiova, 2017				
8. Meghișan Flaviu – „Servicii internaționale. Manual universitar pentru IFR” (suport electronic), 2023				
9. Nyambuu, Unurjargal; Tapiro, Charles S., „Globalization, Gating, and Risk Finance”, Editura John Wiley & Sons, Hoboken, NJ, 2018				
10. Roubini Nouriel, Mihm Stephen - „Economia crizelor. Curs – fulger despre viitorul finanțelor”, Editura Publica, București, 2010				
11. Starobin Paul - „Sfârșitul secolului american și noile puteri mondiale”, Editura Litera, București, 2011				
12. Stiglitz Joseph E. - „În cădere liberă. America, piața liberă și prăbușirea economiei mondiale”, Editura Publica, București, 2010				

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

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

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

10. Evaluare

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

Data completării
20 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

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

3. Timpul total estimat

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

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

7. Obiectivele disciplinei

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

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Comunicarea interumană eficientă	2	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ exemplificarea ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
2	Comunicarea organizațională. Obiectivele și funcțiile comunicării	2		
3	Comunicarea cu clientul	2		
4	Tipologia clienților. Tipuri comportamentale în afaceri	2		
5	Parteneriat și anteprenariat	4		
6	Negociere, manipulare și persuasiune	2		
7	Tehnici și tactici de negociere	2		
8	Aspecte generale referitoare la negociere – caracteristici și etape	2		
9	Uzanțe și protocol în negociere	2		
10	Contractul comercial – rezultat al negocierii	4		

Bibliografie:

1. Arnaud Stimec, *Negocierea*, Editura CH Beck, București, 2011
2. Balaban Delia Cristina, Hosu Ioan, Mucundorfeanu Meda, *PR Trend. Development and Trends in Communication*, Mitweida Hochschulverg, Germany, 2013
3. Balaban Delia, *Comunicare mediatică*, Ed. Tritonic, București, 2009
4. Balaban Delia, Mirela Abrudan, *Tendințe în PR și publicitate, planificare strategică și instrumente de comunicare*, Editura Tritonic, București, 2008
5. Belch E. George, Michael A. Belch, *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*, 10th Edition 10th Edition, McGraw-Hill, 2014
6. Dortier Jean-Francois, Cabin Philippe; traducător Luminița Roșca, Romina Surugiu, *Comunicarea. Perspective actuale*, Editura Polirom, Iași, 2010
7. Fisher – Buttinger Claudia, Vallaster Christine – *Noul branding: cum să construiești capitalul unei mărci*, Editura Polirom, 2011
8. Florea, Nicoleta Valentina - *Comunicarea organizațională în contextul globalizării: Principii, practici, perspective*, Editura Pro Universitaria, București, 2017
9. Hackley Chris, Rungpaka Amy Hackley, *Advertising and Promotion*, Third Edition, SAGE Publications Ltd, 2014
10. Hassan, S., *Manipularea în negocieri*, Editura Antet, București, 2012
11. Marinescu Valentina, *Cercetarea în comunicare. Metode și tehnici*, Editura CH Beck, București, 2009
12. Mucchielli Alex, *Comunicarea în instituții și organizații*, Editura Polirom, Iași, 2008
13. Piperea, Gheorghe, *Contracte și obligații comerciale*, Editura C.H. Beck, București, 2019
14. Popa Ioan, *Negocierea comercială internațională*, Editura Economică, 2009
15. Rujoiu Marian, *Biblia negociatorului*, Editura Vidia, 2011

16. Secară Carmen, <i>Comunicare și negociere comercială internațională</i> – curs universitar - , Editura Sitech, Craiova, 2011					
17. Shell, G.,R., <i>Negocierea în avantaj</i> , Editura Codecs, București, 2007					
18. Stark Peter, Flaherty Jane, <i>Ghid practic de negociere</i> , Editura Amaltea, 2010					
19. Ștefan Prutianu, <i>Tratat comunicare și negociere în afaceri</i> , Editura Polirom, Iași, 2008					
20. Stanciu Tolea Claudia – <i>Comunicare și negociere în afaceri</i> , Editura Universității din Pitești, Pitești, 2016					
21. Stanciu Tolea Claudia – <i>Comunicare și negociere în afaceri</i> , Suport de curs în format electronic destinat studenților I.F.R., Pitești, 2023					
22. Tudor Dorina, <i>Relații publice în mediul internațional</i> – curs universitar, Editura SNSPA, București, 2006					
8.2. Aplicații: Seminar / Laborator / Teme de casă			Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor	1	▪ Dialogul ▪ Lucrul în grup ▪ Conversația euristică ▪ Dezbateră cu oponent imaginar		În cadrul primei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării Resurse folosite: ▪ Scurte prezentări în power-point pentru descrierea studiilor de caz și stimularea exercițiilor ▪ Studii de caz
2	Rolul și importanța comunicării. Reguli de bază ale comunicării. Perturbații în comunicare	1			
3	Funcțiile comunicării și particularitățile comunicării în afaceri. Etica comunicării în afaceri	1			
4	Deprinderile comunicării în afaceri. Deprinderi în recepționarea mesajelor. Deprinderi de interpretarea mesajelor. Deprinderi de redarea mesajelor	1			
5	Tehnici de comunicare. Ascultarea. Înregistrarea și tratarea informațiilor. Întrebările. Relansările. Discuția normală	2			
6	Pregătirea dosarului negocierii	2			
7	Strategia comunicării. Obiectivele strategiei în comunicare. Elemente de bază în stabilirea unei strategii de comunicare	2			
8	Evaluare periodică	2			
Bibliografie:					
1. Arnaud Stimec, <i>Negocierea</i> , Editura CH Beck, București, 2011					
2. Balaban Delia Cristina, Hosu Ioan, Mucundorfeanu Meda, <i>PR Trend. Development and Trends in Communication</i> , Mittweida Hochschulverg, Germany, 2013					
3. Balaban Delia, <i>Comunicare mediatică</i> , Ed. Tritonic, București, 2009					
4. Belch E. George, Michael A. Belch, <i>Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective</i> , 10th Edition 10th Edition, McGraw-Hill, 2014					
5. Florea, Nicoleta Valentina - <i>Comunicarea organizațională în contextul globalizării: Principii, practici, perspective</i> , Editura Pro Universitaria, București, 2017					
6. Hackley Chris, Rungpaka Amy Hackley, <i>Advertising and Promotion</i> , Third Edition, SAGE Publications Ltd, 2014					
7. Hassan, S., <i>Manipularea în negocieri</i> , Editura Antet, București, 2012					
8. Marinescu Valentina, <i>Cercetarea în comunicare. Metode și tehnici</i> , Editura CH Beck, București, 2009					
9. Piperea, Gheorghe, <i>Contracte și obligații comerciale</i> , Editura C.H. Beck, București, 2019					
10. Popa Ioan, <i>Negocierea comercială internațională</i> , Editura Economică, 2009					
11. Rujoiu Marian, <i>Biblia negociatorului</i> , Editura Vidia, 2011					
12. Secară Carmen, <i>Comunicare și negociere comercială internațională</i> – curs universitar - , Editura Sitech, Craiova, 2011					
13. Shell, G.,R., <i>Negocierea în avantaj</i> , Editura Codecs, București, 2007					
14. Stark Peter, Flaherty Jane, <i>Ghid practic de negociere</i> , Editura Amaltea, 2010					
15. Stanciu Tolea Claudia – <i>Comunicare și negociere în afaceri</i> , Editura Universității din Pitești, Pitești, 2016					
16. Stanciu Tolea Claudia – <i>Comunicare și negociere în afaceri</i> , Suport de curs în format electronic destinat studenților I.F.R., Pitești, 2023					

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore): calitatea și coerența tratării celor 2 subiecte abordabile în manieră explicativ – argumentativă (15%) + un subiect de analiză și interpretare (15%)	30 %
10.5 Seminar	• Activitate seminar și prezență - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la 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	20% 20% 30%
10.6 Standard minim de performanță	- cunoașterea și deprinderea utilizării practice a principalelor tehnici de comunicare și tactici de negociere care pot fi utilizate ca modalitate de realizare a schimburilor economice; - nota 5 la evaluarea finală.		

Data completării
20 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