

FIȘA DISCIPLINEI

Conducerea afacerilor în comerț, turism și servicii de ospitalitate, anul universitar 2018-2019

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Masterat
1.6	Programul de studiu / calificarea	Administrarea Afacerilor în Comerț, Turism și Servicii de Ospitalitate / Economist

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Conducerea afacerilor în comerț, turism și servicii de ospitalitate					
2.2	Titularul activităților de curs					Lect. univ. dr. Micu Cristina					
2.3	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Micu Cristina					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	I	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								40
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								40
Tutorat								5
Examinări								6
Alte activități								2
3.7	Total ore studiu individual	133						
3.8	Total ore pe semestru	175						
3.9	Număr de credite	7						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Managementul schimbării și dezvoltării în servicii, Tehnici și instrumente de planificare și dezvoltare a afacerii, Politici și strategii organizaționale în contextul dezvoltării durabile
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	Dotarea sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfășurare a seminarului	Dotarea clasică a sălii de seminar

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1: Utilizarea proceselor de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare în activitatea unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 2 PC C2: Elaborarea de portofolii strategice antreprenoriale optime funcționării și dezvoltării unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 1 PC C3: Coordonarea activităților de relații cu clienții firmei și acordarea de consultanță specializată în domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 1 PC C4: Fundamentarea proceselor de comunicare în interiorul și exteriorul unității din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității în context multicultural – 1 PC
Competențe transversale	CT1: Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini/obiective complexe de la locul de muncă – 1 PC CT2: Planificarea și organizarea resurselor umane în cadrul unui grup sau a unei organizații, în condiții de conștientizare a responsabilității pentru rezultatele profesionale – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea masteranzilor cu principalele concepte specifice afacerilor din comerț, turism, servicii de ospitalitate și elaborarea de portofolii strategice antreprenoriale optime dezvoltării unităților din domeniu.
7.2 Obiectivele specifice	<u>Obiective cognitive</u> 1. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte cu privire la conducerea afacerilor; 2. Descrierea conceptelor, teoriilor și metodologiilor de culegere, prelucrare și analiză a datelor ce privesc afacerile în turism ; 3. Descrierea, definirea și caracterizarea strategiilor ce pot fi implementate în activitatea organizațiilor din industria ospitalității 4. Aplicarea unor acțiuni strategice și tactice în activitatea organizației în conformitate cu politica de bază a acesteia. 5. Capacitatea de a iniția, derula și finaliza eficient afacerile în turism și în industria ospitalității; <u>B. Obiective procedurale</u> 1. analiza, înțelegerea și selectarea principiilor și a regulilor de conducere a unei afaceri în comerț, turism sau în industria ospitalității; 2. evaluarea critică a rezultatelor unor noi cercetări în domeniul afacerilor din turism/industria ospitalității; 3. proiectarea și propunerea unor îmbunătățiri ale strategiilor de dezvoltare a afacerilor în organizațiile din industria ospitalității. <u>C. Obiective atitudinale</u> 1. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în domeniul conducerii afacerilor în comerț, turism, servicii.. 2. Capacitatea de a avea un comportament etic în fața turiștilor, consumatorilor de turism, partenerilor de afaceri, angajaților.

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Coordonate conceptuale ale afacerilor în comerț, turism și servicii de ospitalitate	2	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic ▪ exercițiul ▪ dezbateri cu oponent imaginar	- Prezentări în power-point - Studii de caz
2	Antreprenoriatul – o nouă strategie și politică de dezvoltare economică mondială	2		
3	Administrarea micilor afaceri în comerț, turism și servicii de ospitalitate	3		
4	Inovarea – suport al competitivității afacerilor în comerț, turism și servicii de ospitalitate	2		
5	Aplicarea activităților inovative de RSC în cadrul firmelor de turism	3		
6	Specificul tranzacțiilor internaționale în comerț, turism și servicii de ospitalitate (CTS)	3		
7	Instrumente de politică comercială aplicabile tranzacțiilor internaționale din CTS	2		
8	Modele de aplicare practică a conceptelor de Yield Management și Revenue Management	3		
9	Alianțe și corporații în turism	2		
10	Franciza în afacerile din comerț și turism	4		
11	Finanțarea afacerilor în comerț și turism	2		
Bibliografie				
1. Băcanu, Bogdan, <i>Management strategic în turism – concepte și studii de caz</i> , Editura Polirom, Iași, 2009.				
2. Căprărescu, Gheorghița, <i>Managementul strategic al firmei de comerț și turism</i> , Editura Rosetti, București, 2015				

3.	Cojocariu, Steliana, <i>Management în turism și servicii</i> , Editura Universitară, 2010.
4.	Epure Danuț Tiberiu, Micu Adrian, <i>Mediul internațional de afaceri</i> , Editura Ovidius University Press, Constanța, 2012.
5.	Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar, <i>Business-to-business Brand Management</i> , Editura Brandbuilders, București, 2016.
6.	Larry C Farrell, <i>Cum să devii anteprenor. Dezvoltă-ți propria afacere</i> , Editura Curtea Veche, 2011
7.	Rusu, Sergiu, <i>Antreprenoriat în industria ospitalității</i> , Editura C.H. Beck, București, 2014.
8.	Stănciulescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație</i> , Editura C.H. Beck, București, 2012.
9.	Stănciulescu, Gabriela, <i>Managementul operațiunilor în turismul de evenimente</i> , Editura ASE, București, 2010.
10.	Stavrositu, Stere, <i>Managementul calității serviciilor și ospitalitatea în restaurante, gastronomie, hoteluri</i> , Editura Polirom, 2014.
11.	Walker R. John, <i>Introduction to Hospitality Management</i> , Pearson, 2013.

8.2. Aplicații: Seminar / Temă de casă		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii temei de casă și distribuirea studiilor de caz.	2	▪ Lucrul în grup ▪ Dialogul ▪ Exercițiul ▪ Conversația euristică ▪ dezbateră cu oponent imaginar	▪ Scurte prezentări în power-point pentru descrierea studiilor de caz și stimularea exercițiilor ▪ Studii de caz
2	Tranzacții internaționale cu servicii turistice	2		
3	Administrarea afacerilor în domeniul comerțului	2		
4	Administarea micilor și marilor afaceri în industria ospitalității	2		
5	Proiectarea unui produs inovator din domeniul activității de RSC al unui hotel	2		
6	Aplicabilitatea conceptului de Yield Management în turism	2		
7	Modelul francizei în afacerile din comerț și turism	2		

Bibliografie	
1.	Căprărescu, Gheorghe, <i>Managementul strategic al firmei de comerț și turism</i> , Editura Rosetti, București, 2015.
2.	Epure Danuț Tiberiu, Micu Adrian, <i>Mediul internațional de afaceri</i> , Editura Ovidius University Press, Constanța, 2012.
3.	Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar, <i>Business-to-business Brand Management</i> , Editura Brandbuilders, București, 2016
4.	Larry C Farrell, <i>Cum să devii anteprenor. Dezvoltă-ți propria afacere</i> , Editura Curtea Veche, 2011.
5.	Rusu, Sergiu, <i>Antreprenoriat în industria ospitalității</i> , Editura C.H. Beck, București, 2014.
6.	Stănciulescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație</i> , Editura C.H. Beck, București, 2012.
7.	Tang, Alisha. <i>Boutique hotels & hostels : Integrated brand systems in graphics and space</i> . Hong Kong, 2017.
8.	www.europa.eu
9.	www.forbes.com
10.	www.franchisetimes.com
11.	https://www.wto.org/

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 comerțului, turismului.
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniul Administrarea Afacerilor

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.	Examen scris: - calitatea și coerența tratării subiectelor	50 %

10.5 Seminar / Tema de casă	-participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz;	Evaluarea răspunsurilor și intervențiilor studentului în activitățile de seminar	20%
	- gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temelor de casă.	Evaluarea prezentării temelor de casă.	30%
10.6 Standard minim de performanță	- Capacitatea de a utiliza metode și tehnici specifice administrării afacerilor în comerț, turism și servicii de ospitalitate - Cunoașterea caracteristicilor tranzacțiilor internaționale în comerț, turism și servicii de ospitalitate		

Data completării
21 septembrie 2018

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

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

FIȘA DISCIPLINEI

Strategii și politici comerciale în turism și servicii de ospitalitate

anul universitar 2018-2019

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea afacerilor
1.5	Ciclul de studii	master
1.6	Programul de studiu / calificarea	Administrarea Afacerilor în Comerț, Turism și Industria Ospitalității/Economist

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei												Strategii și politici comerciale în turism și servicii de ospitalitate											
2.2 Titularul activităților de curs												Prof. univ. dr. Mihaela Diaconu											
2.3 Titularul activităților de seminar												Prof. univ. dr. Mihaela Diaconu											
2.4 Anul de studii				II		2.5 Semestrul				I		2.6 Tipul de evaluare				E		2.7 Regimul disciplinei				O	

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								42
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								40
Tutorat								8
Examinări								10
Alte activități								5
3.7	Total ore studiu individual			133				
3.8	Total ore pe semestru			175				
3.9	Număr de credite			7				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	dotarea sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfășurare a seminarului	dotarea corespunzătoare a sălii de seminar

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	- C1. Utilizarea proceselor de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare în activitatea unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 2 PC - C2. Elaborarea de portofolii strategice antreprenoriale optime funcționării și dezvoltării unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 2 PC - C3. Coordonarea activităților de relații cu clienții firmei și acordarea de consultanță specializată în domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 2 PC - C4. Fundamentarea proceselor de comunicare în interiorul și exteriorul unității din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității în context multicultural – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu domeniul planificării strategice de marketing implementată în organizațiile turistice
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> - Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte de planificare strategică de marketing - Operarea cu conceptele fundamentale ale planificării de marketing în turism ; - Explicarea și interpretarea diferitelor metode și tehnici de analiză strategică de marketing

	4. Definirea corectă a obiectului de studiu al strategiilor și politicilor comerciale în turism și industria ospitalității și corelarea cu celelalte discipline; <u>B. Obiective procedurale</u> 1. Corelarea unor experiențe practice cu unele teorii și modele privind planificarea strategică de marketing în unități turistice 2. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor referitoare la planificarea strategică; 3. Folosirea teoriilor și instrumentelor referitoare la planificarea strategică pentru întocmirea unui plan de marketing strategic în turism.
--	---

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Noțiuni fundamentale cu care operează organizația turistică 1.1. Turism și industria ospitalității 1.2. Noțiuni fundamentale cu care operează organizația turistică 1.3. Particularitățile marketingului turistic și rolul acestuia în fundamentarea strategiei organizației turistice	4	prelegerea dezbaterea exercițiul	Prezentări in power-point
2	Rolul strategiei de marketing în succesul organizației turistice 2.1. Strategia organizației turistice – fundament al marketingului strategic 2.2. Planificarea strategică de marketing, proces complex de armonizare a atu-urilor organizației cu oportunitățile identificate pe piață 2.3. Programul de marketing 2.4. Planul de marketing- ghid practic de îmbunătățire a performanțelor	6		
3.	Abordarea strategică a activităților de marketing în organizațiile turistice 3.1. Procesul de analiză strategică 3.2. Analiza portofoliului de afaceri 3.3. Definirea piețelor și a segmentelor 3.4. Poziționarea și tangibilizarea produsului turistic - factori de succes ai organizației turistice 3.5. Strategia de piață	4		
4.	Politica de marketing a organizației turistice 4.1. <i>Politica de produs turistic</i> 4.1.1. Conceptul de produs turistic 4.1.2. Ciclul de viață al produsului turistic 4.1.3. Conținutul politicii de produs turistic 4.1.4. Strategii în politica de produs 4.2. <i>Politica de preț în turism</i> 4.2.1. Caracteristicile prețurilor pe piața turistică 4.2.2. Strategii de preț în turism 4.3. <i>Distribuția și politica de distribuție în turism</i> 4.4. <i>Politica de comunicare și promovare</i> 4.4.1. Publicitatea 4.4.2. Promovarea vânzărilor 4.4.3. Relațiile publice 4.4.4. Evenimentele de marketing 4.4.5. Utilizarea mărcilor 4.4.6. Forțele de vânzare 4.4.7. Marketingul direct 4.5. <i>Politica de personal</i>	10		
5.	De la strategie la model de afaceri din perspectiva antreprenoriatului 5.1. Model de afaceri-concept 5.2. Dezvoltarea modelului de afaceri	4		

Bibliografie

1. Băcanu Bogdan - *Management strategic în turism*, Editura Polirom, Iași, 2009
2. Balaure V, Cătoi I, Vegheș C- *Marketing turistic*, Editura Uranus, 2005
3. Cristureanu Cristiana- *Strategii și tranzacții în turismul internațional*, Ed. C.H.Beck, București, 2006
4. M. Diaconu- *Strategii și politici comerciale în turism și industria ospitalității*, Editura Universității din Pitești, e-ISBN: 978-606-560-446-9, 2015
5. Florea Nicoleta Valentina - *Planul de marketing, ghid practic*, Editura C.H.Beck, 2014
6. Frohot Isabelle, Legohérel Patrick - *Marketing in turism*, Dunod, Paris, 2010
7. Garrette B,Dussauge P, Durand R - *Strategor*, Dunod, Paris, 2009
8. Ionciă Maria (coord), Petrescu Eva Cristina, Popescu Delia- *Strategii de dezvoltarea a sectorului terțiar*, Editura Uranus, București, 2004
9. Lianu Costin- *Strategii de branding*, Editura Economică, 2010
10. Lupu N - *Hotelul, economie și management*- ediția a IVa, Editura C.H.Beck, 2010

11. McDonald Malcolm - <i>Planificarea de marketing prin exemple</i> , Editura C.H.Beck, 2010				
12. Pânzaru Florina- <i>Manual de marketing, principii clasice și practici actuale eficiente</i> , Editura C.H.Beck, 2009				
13. Stăncioiu A. F. (coord)- <i>Planificarea de marketing în turism</i> , Editura Economică, 2005				
14. Stănciulescu Gabriela,Micu Cristina- <i>Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație</i> , Editura C.H.Beck, 2012				
15. Tanțău A. D.- <i>Managementul strategic, de la terorie la practică</i> , Editura C.H.Beck, 2011				
8.2. Aplicații: Seminar / Teme de casă		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, conținutul temei aplicative cu titlul Elementele determinante ale strategiei de marketing ale agenției de turism/ unitate de primire/unitate de transport turistic	1	conversații a euristică lucrul în grup. exercițiul	Studii de caz
2	Etapa I. Stabilirea scopului propus : - Definirea misiunii organizației (coordonatele culturii organizaționale) - Definirea obiectivelor urmărite (2 ore)	1		
3	Etapa a II a Evaluarea situației existente Auditul de marketing al organizației Analiza S.W.O.T. Formularea obiectivelor	2		
4	Formularea strategiei - Stabilirea obiectivelor și strategiilor de marketing - Produsul turistic și politica de produs turistic - Analiza portofoliului de produse/unități strategice de afaceri și gestionarea acestuia - segmentarea pieței și identificarea segmentelor de consumatori cărora se adresează organizația cu produsele sale - tangibilizarea produsului turistic/unității strategice de afaceri - politica de produs turistic	1		
5	Prețul și strategii în politica de preț - modalități de fundamentare a prețurilor și tarifelor - strategii de prețuri și tarife	1		
6	Distribuția și strategii în politica de distribuție a produselor turistice • decizii privind proiectarea sistemului de distribuție • administrarea canalelor de distribuție • strategii de distribuție • tipuri de contracte ce stau la baza distribuției produselor turistice	1		
7	Procesul de comunicare și promovare- strategii in politica de comunicare promoțională - comunicarea comercială și comunicarea corporativă - comunicarea internă și externă - comunicarea promoțională și comunicarea continuă - mixul promoțional: publicitatea, relațiile publice, promovarea vânzărilor, marketingul direct, promovarea personală - strategii promoționale	2		
8.	Poziționarea organizației sau a produsului/unității strategice de afaceri Diferențierea organizației Estimarea rezultatelor previzionate Identificarea programelor și a mixurilor alternative	1		
9	Alocarea și urmărirea resurselor Bugetul de marketing Primul an de implementare Evaluarea și revizuirea rezultatelor.	2		
10	Program de marketing	2		
Bibliografie				
1. M. Diaconu- <i>Strategii și politici comerciale în turism și industria ospitalității</i> , Editura Universității din Pitești, e-ISBN: 978-606-560-446-9, 2015.				
2.McDonald Malcolm - <i>Planificarea de marketing prin exemple</i> , Editura C.H.Beck, 2010				

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

- întâlniri cu angajatorii, vizite în firme de profil, workshop-uri tematice cu participanți din mediul economic

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și modelelor de planificarea strategică de marketing	examen scris:calitatea și coerența tratării celor 2 subiecte abordabile în manieră explicativ-argumentativă (20%) + un subiect de analiză și interpretare (30%)	50%
10.5 Seminar / Tema de casă	competențele procedurale și atitudinale	Realizare, prezentarea și analiza lucrării individuale	50%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea și folosirea limbajului fundamental al disciplinei în realizarea proiectului individual		

Data completării
22 septembrie 2018

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

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

FIȘA DISCIPLINEI

Managementul proiectelor pentru afaceri în comerț, turism și servicii de ospitalitate, 2018-2019

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Master
1.6	Programul de studiu / calificarea	Administrarea Afacerilor în Comerț, Turism și Servicii de Ospitalitate / Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei				Managementul proiectelor pentru afaceri în comerț, turism și servicii de ospitalitate						
2.2	Titularul activităților de curs				Conf. univ. dr. Brutu Mădălina						
2.3	Titularul activităților de proiect				Conf. univ. dr. Brutu Mădălina						
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	I	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	1	3.3	P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care curs	14	3.6	P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								Ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								28
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								40
Tutorat								4
Examinări								2
Alte activități								4
3.7	Total ore studiu individual	108						
3.8	Total ore pe semestru	150						
3.9	Număr de credite	6						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de management, tehnici și instrumente de planificare și dezvoltare a afacerii, politici și strategii organizaționale în contextul dezvoltării durabile
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu video-proiector
5.2	De desfășurare a proiectului	- Dotarea corespunzătoare a sălii unde se va desfășura proiectul - Susținerea testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	• C.1. Analiza integrată a informațiilor economice și utilizarea lor în luarea deciziilor de afaceri din cadrul organizațiilor din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 2 PC • C.2. Utilizarea proceselor de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare în activitatea unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 2 PC • C.6. Utilizarea tehnologiei informației în managementul unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 2 PC.
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Înșușirea de către masteranzi a unui bagaj de cunoștințe teoretice și practice specifice managementului proiectelor și formarea abilităților necesare pentru elaborarea, gestionarea, urmărirea și evaluarea proiectelor, identificarea, precum și în controlul riscului asociat fiecărui proiect.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte de bază, a componentelor managementului proiectelor și a caracteristicilor fiecăreia; 2. Cunoașterea, interpretarea și analiza tuturor etapelor ciclului de viață ale unui proiect, precum și a activităților specifice fiecărei etape;

	3. Explicarea și interpretarea problematicii de bază a managementului proiectelor din perspectivă sistemică; 4. Înțelegerea rolului managerului de proiect în coordonarea proiectelor; <u>B. Obiective procedurale</u> 1. Formarea abilităților necesare pentru inițierea proiectului (identificarea oportunității și fezabilității proiectului); 2. Capacitatea de a folosi tehnicile, metodele și instrumentele specifice managementului proiectelor; 3. Acumularea unor abilități în elaborarea, gestionarea, urmărirea și evaluarea proiectelor; 4. Formarea unor abilități în explicarea și interpretarea problematicii în domeniul abordării sistemice a programelor și a proceselor din cadrul unui proiect; 5. Prezentarea și însușirea de către studenți a principalelor modalități de implementare a managementului prin proiect și de optimizare a costurilor în concordanță cu obiectivele proiectelor; 6. Identificarea și controlul riscului asociat fiecărui proiect, în contextul managementului proiectelor; <u>C. Obiective atitudinale</u> 1. Capacitatea de a lucra în echipe; 2. Respectarea normelor de deontologie profesională fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în științele economice.
--	---

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Definirea noțiunii de proiect și principalele caracteristici	1	- prelegerea - dezbateră cu oponent imaginar - organizatorul grafic	Prezentarea în power –point
2	Definirea managementului proiectelor	1		
3.	Identificarea, analiza și elaborarea proiectelor 3.1. Analiza nevoilor și stabilirea obiectivelor 3.2. Identificarea proiectelor potențiale 3.3. Analiza proiectelor	3		
4.	Programarea activităților proiectelor 4.1. Aspecte introductive 4. 2. Optimizarea programării	1		
5.	Monitorizarea proiectelor	1		
6.	Evaluarea rezultatelor proiectelor	1		
7.	Surse de finanțare nerambursabilă pentru proiecte și coordonatele fundamentale ale proceselor de obținere a finanțării	2		
8.	Analiza condițiilor generale din ghidul solicitantului: 8.1. Informații generale și documente de referință 8.2. Informații necesare pentru solicitarea unei finanțări nerambursabile 8.3. Cererea de finanțare 8.4. Evaluarea și selecția proiectelor 8.5. Contractul de finanțare 8.6. Aspecte privind implementarea proiectelor	4		

Bibliografie

1. Botezatu M., Căruțașu G., Botezatu C., *Managementul proiectelor informatice*, Editura Pro Universitaria, București, 2016
2. Brutu M., *Managementul proiectelor pentru afaceri în comerț, turism și servicii de ospitalitate*, curs suport electronic, 2016
3. Chirleşan G., Chirleşan D., *Managementul dezvoltării și implementării proiectelor*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2009
4. Cruceru A. (coordonator), Zirra D, Munteanu A., *Managementul proiectelor-suport de curs*, Editura Universitară, București 2012,
5. Drăghici, C. – *Instrumente de planificare și dezvoltare a întreprinderii*, ediția a II-a, Editura Sitech, Craiova, 2009
6. Grigorescu, A. – *Practica managementului proiectelor*, Editura Uranus, București, 2008
7. Hulea M., *Managementul proiectelor*, Editura UTCN, Cluj, 2011
8. Le Datec T., *Managementul proiectelor prin exemple*, Editura CH Beck, București, 2009
9. Oprea D, Meșniță G, Popescu D., *Managementul proiectelor europene-suport de curs*, Universitatea Alexandru Ioan Cuza, Iași, 2011
10. Stan M., *Managementul proiectelor: Elaborarea unui proiect*, Editura Ovidius University Press, Constanța, 2013
11. Țurcanu N., Grossu A., *Managementul proiectelor: Suport de curs*, Editura Tehnică Info, Chișinău, 2009
12. Zenovic Gh., *Managementul proiectelor*, Editura România de Măine, București, 2010
13. www.afir.ro

8.2. Aplicații: Proiect		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor	2	- dialogul - dezbateri lucru în echipa - conversația euristică	Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului, Studii de caz, Fascicule din lucrarea practică
2	Managementul ciclului proiectului ▪ Fazele ciclului proiectului ▪ Principii cheie ale managementului ciclului proiectului ▪ Structura proiectului și documentele programului ▪ Programele sectoriale	4		
3	Cadrul logic ▪ Cadrul logic, concept și caracteristici ▪ Limitele matricei cadrului logic ▪ Abordarea cadrului logic ▪ Etapa de analiză (Analiza deținătorilor de interese; Analiza problemelor; Analiza obiectivelor; Analiza strategiilor) ▪ Etapa de planificare (Alcătuirea matricei cadrului logic; Logica intervenției; Indicatorii verificabili în mod obiectiv; Surse de verificare; Ipoteze; Logica intervenției; Evaluarea ipotezelor)	4		
4	Factorii de calitate ▪ Factorii de calitate, concept și caracteristici ▪ Planificarea în cadrul proiectului pentru a obține calitate	4		
5	Analiza condițiilor generale din ghidul solicitantului: Informații generale și documente de referință	4		
6	Analiza condițiilor generale din ghidul solicitantului : Informații necesare pentru solicitarea unei finanțări nerambursabile	2		
7	Analiza condițiilor generale din ghidul solicitantului: Cererea de finanțare	4		
8	Analiza condițiilor generale din ghidul solicitantului: Evaluarea și selecția proiectelor	2		
9	Analiza condițiilor generale din ghidul solicitantului: Contractul de finanțare	2		

Bibliografie

1. Belu N., *Managementul proiectelor: Îndrumar de laborator*, Pitești 2009
2. Botezatu M., Căruțașu G., Botezatu C., *Managementul proiectelor informatice*, Editura Pro Universitaria, București, 2016
3. Brutu M., *Managementul proiectelor pentru afaceri în comerț, turism și servicii de ospitalitate*, curs suport electronic, 2016
4. Chirleşan G., Chirleşan D., *Managementul dezvoltării și implementării proiectelor*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2009
5. Cruceru A. (coordonator), Zirra D., Munteanu A., *Managementul proiectelor-suport de curs*, Editura Universitară, București 2012,
6. Drăghici, C. – *Instrumente de planificare și dezvoltare a întreprinderii*, ediția a II-a, Editura Sitech, Craiova, 2009
7. Grigorescu, A. – *Practica managementului proiectelor*, Editura Uranus, București, 2008
8. Hulea M., *Managementul proiectelor*, Editura UTCN, Cluj, 2011
9. Le Datec T., *Managementul proiectelor prin exemple*, Editura CH Beck, București, 2009
10. Oprea D., Meșniță G., Popescu D., *Managementul proiectelor europene-suport de curs*, Universitatea Alexandru Ioan Cuza, Iași, 2011
11. Stan M., *Managementul proiectelor: Elaborarea unui proiect*, Editura Ovidius University Press, Constanța, 2013
12. Țurcanu N., Grossu A., *Managementul proiectelor: Suport de curs*, Editura Tehnică Info, Chișinău, 2009
13. Zenovic Gh., *Managementul proiectelor*, Editura România de Măine, București, 2010
14. www.afir.ro

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

- Însușirea corectă a conceptelor specifice Managementului proiectelor pentru afaceri în cts
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările angajatorilor din domeniul administrării afacerilor

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare scrisă în timpul semestrului; - Evaluare finală.	20 % 50%
10.5 Proiect	-participarea activă la proiect; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea proiectului.	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog. -Prezentarea orală a proiectului; -Chestionare orală.	10% 20%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul managementului proiectului 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei " <i>Managementul proiectelor pentru afaceri în comerț, turism și servicii de ospitalitate</i> "		

Data completării
21 septembrie 2018

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

Titular de seminar / proiect,
Conf. univ. dr. Mădălina Brutu

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

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

FIȘA DISCIPLINEI

Strategii de dezvoltare a sectorului terțiar, 2018-2019

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Master
1.6	Programul de studiu / calificarea	Administrarea Afacerilor în Comerț, Turism și Servicii de Ospitalitate / Economist

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina												
2.1	Denumirea disciplinei					Strategii de dezvoltare a sectorului terțiar						
2.2	Titularul activităților de curs					Lect. univ. dr. Tuță Loredana						
2.3	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Tuță Loredana						
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	I	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	O	

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de inv.	42	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								40
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								50
Tutorat								10
Examinări								3
Alte activități								2
3.7	Total ore studiu individual	133						
3.8	Total ore pe semestru	175						
3.9	Număr de credite	7						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoștințe de Economia Serviciilor, Economia Turismului și de la disciplina Politici și strategii organizaționale în contextul dezvoltării durabile (studiată în anul I – ciclul master)
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	Dotarea sălii de curs cu video-proiector
5.2	De desfășurare a seminarului	Dotarea clasică a sălii de seminar

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.2. Elaborarea de portofolii strategice antreprenoriale optime funcționării și dezvoltării unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 3 PC C.3. Coordonarea activităților de relații cu clienții firmei și acordarea de consultanță specializată în domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 1 PC C5. Proiectarea și conducerea sistemelor de management al calității, de mediu și siguranța alimentelor, în cadrul firmelor din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 2 PC C.6. Utilizarea tehnologiei informației în managementul unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina "Strategii de dezvoltare a sectorului terțiar" furnizează masteranzilor un cadru conceptual privind fundamentarea strategiei de dezvoltare a sectorului terțiar, evidențiind domeniile prioritare și obiectivele strategice pentru dezvoltarea durabilă a serviciilor în România.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte specifice politicilor macroeconomice din sectorul terțiar. 2. Descrierea conceptelor, teoriilor și metodologiilor de culegere, prelucrare și analiză a datelor ce privesc strategiile de dezvoltare a sectorului terțiar.

	3. Aplicarea unor acțiuni strategice și tactice în activitatea organizației în conformitate cu politica de bază a acesteia. <u>B. Obiective procedurale</u> 1. Fundamentarea de sisteme, capacități și strategii privind dezvoltarea durabilă a serviciilor. 2. Elaborarea unor analize comparative pentru fundamentarea unui proiect de dezvoltare a serviciilor. 3. Aplicarea politicilor macroeconomice pentru diferite regiuni de dezvoltare. <u>C. Obiective atitudinale</u> 1. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în domeniul serviciilor. 2. Manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de rolul și importanța serviciilor în activitatea economică și socială. 3. Capacitatea de a avea un comportament etic în fața turiștilor, partenerilor de afaceri, angajaților.
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Conținutul dezvoltării și importanța strategiilor de dezvoltare 1.1. Conceptul de dezvoltare. Evoluția teoriilor și modelelor de dezvoltare 1.2. Indicatori de măsurare a dezvoltării economice 1.3. Strategii de dezvoltare. Definiții, importanță, delimitări	4	- prelegerea - dezbateră cu oponent - organizator - grafic	Prezentarea în power –point
2	Fundamentarea strategiilor de dezvoltare a sectorului terțiar 2.1. Mediul politico-legal 2.2. Mediul economic 2.3. Mediul socio-cultural 2.4. Mediul tehnologic	4		
3.	Serviciile și strategiile de dezvoltare 3.1. Serviciile – o componentă majoră a economiilor moderne 3.2. Analiza evoluției sectorului terțiar în România 3.3. Importanța serviciilor și obiective strategice pentru dezvoltarea sectorului terțiar în România	4		
4.	Strategiile de dezvoltare locală (regională) și impactul lor asupra serviciilor 4.1. Obiective ale strategiilor și tipuri specifice ale programelor de dezvoltare economică locală 4.2. Reguli generale privind elaborarea strategiilor regionale 4.3. Dezvoltarea economică regională a României	4		
5.	Strategii ale dezvoltării turismului 5.1. Analiza diagnostic a dezvoltării turismului în România 5.2. Strategii de dezvoltare a turismului în România	4		
6.	Strategii de marketing în servicii 6.1. Strategia de piață 6.2. Strategii specifice mix-ului de marketing 6.3. Planificarea strategică de marketing	4		
7.	Dezvoltarea durabilă a serviciilor 7.1. Definiții și strategii în domeniul dezvoltării durabile 7.2. Serviciile și durabilitatea 7.3. Turismul durabil	4		
Bibliografie 1. Anghelache, Constantin, <i>România 2010, Starea economică sub impactul crizei</i> , Editura Economică, București, 2010. 2. Anghelache, Constantin, Matei Lucica, <i>Dezvoltarea locală. Concepte și mecanisme</i> , Editura Economica, București, 2009. 3. Antonescu Daniela, <i>Dezvoltarea regională – tendințe, mecanisme, instituții</i> , Editura Top Form, București, 2011 4. Băc Dorin Paul, <i>Turismul și dezvoltarea durabilă: realități, provocări, oportunități</i> , Editura Economică, București, 2013 5. Bobîrcă Ana, <i>Serviciile în economia dematerializată. De la model de dezvoltare la strategii de firmă</i> , Editura Economica, București, 2011. 6. Cojocariu Steliana, <i>Strategii în turism și servicii</i> , Editura Universitară, București, 2010 7. Dincă Dragoș Valentin, <i>Serviciile publice locale din România. Evoluție și reforme</i> , Editura C.H.Beck, București, 2013. 8. Ghizdeanu Ion, <i>Prognostice regionale</i> , Editura Mustang, București, 2010 9. Ioniță Maria, Services specialization (a possible index) and its connection with competitiveness. The case of Romania, The Service Industries Journal, 2010, Marea Britanie.				

10. Sava Cipriana, *Strategii de dezvoltare a activității de turism*, Editura Eurostampa, Timișoara, 2010.
11. Sava Cipriana, *Turismul în contextul dezvoltării regionale durabile*, Editura Eurostampa, Timișoara, 2010.
12. Tanțău Adrian Dumitru, *Managementul strategic. De la teorie la practică. Ediția a III-a*, Editura C.H.Beck, București, 2011
13. www.europa.eu
14. www.gdrc.org
15. www.wto.org

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate și a proiectului.	2	- dialogul - dezbatere lucru în echipa - conversația euristică	Studiu de caz, aplicații practice, prezentare temă de casă
2	Calcularea și interpretarea economică a indicelui dezvoltării umane.	2		
3	Corelația între gradul de dezvoltare economică pe regiuni.	4		
4	Calcularea și interpretarea economică a indicatorilor privind specializarea și competitivitatea serviciilor.	2		
5	Calcularea și interpretarea economică a indicatorilor economico-financiari pentru fundamentarea unui proiect de dezvoltare a serviciilor.	2		
6	Evaluare finală	2		

Bibliografie

1. Anghelescu Stoica, Matei Lucica, *Dezvoltarea locală. Concepte și mecanisme*, Editura Economica, București, 2009.
2. Antonescu Daniela, *Dezvoltarea regională – tendințe, mecanisme, instituții*, Editura Top Form, București, 2011
3. Cojocariu Steliana, *Strategii în turism și servicii*, Editura Universitară, București, 2010
4. Constantin Daniela Luminița, *Economie regională. Teorii, modele, politici*, Editura ASE, București, 2010
5. Ghizdeanu Ion, *Proгноză regională*, Editura Mustang, București, 2010
6. Sava Cipriana, *Strategii de dezvoltare a activității de turism*, Editura Eurostampa, Timișoara, 2010
7. Tanțău Adrian Dumitru, *Managementul strategic. De la teorie la practică. Ediția a III-a*, Editura C.H.Beck, București, 2011
8. Ministerul Dezvoltării Regionale și Administrației Publice, *Strategia Națională pentru Dezvoltare Regională 2014-2020*
9. World Bank, *Human Development Report*
10. www.europa.eu
11. www.insse.ro/cms/rw/pages/index.ro.do
12. www.gdrc.org
13. www.wto.org

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluare finală - probă scrisă (2 ore)	30%
10.5 Seminar	- Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar.	Evaluarea răspunsurilor și intervențiilor studentului în activitățile de seminar	20%
	- Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminar.	Testare	20%
	- Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	Prezentarea temei de casă. Chestionare orală	30%

10.6 Standard minim de performanță	1. Cunoașterea modalităților de evaluare a politicilor de dezvoltare economică locală. 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Strategii de dezvoltare a sectorului terțiar" 3. Capacitatea de a utiliza metode și tehnici în cercetarea activității turistice.
------------------------------------	---

Data completării
22 septembrie 2018

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Practica de specialitate
 anul universitar: 2018 - 2019

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Master
1.6	Programul de studiu / calificarea	Administrarea Afacerilor în Comerț, Turism și Servicii de Ospitalitate / Economist

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Practica de specialitate					
2.2	Titularul activităților de curs					-					
2.3	Titularul activităților de seminar					Conf. univ. dr. Daniela MIHAL					
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de management, marketing, tehnici și instrumente de diagnosticare și evaluare a afacerii, tehnici și instrumente de planificare și dezvoltare a afacerii, politici și strategii organizaționale în contextul dezvoltării durabile, managementul proiectelor pentru afaceri în comerț, turism și servicii de ospitalitate
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	Nu este cazul
5.2	De desfășurare a seminarului	Nu este cazul

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	- C1. Utilizarea proceselor de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare în activitatea unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității - C.2. Elaborarea de portofolii strategice antreprenoriale optime funcționării și dezvoltării unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității - C.3. Coordonarea activităților de relații cu clienții firmei și acordarea de consultanță specializată în domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității - C4. Fundamentarea proceselor de comunicare în interiorul și exteriorul unității din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității în context multicultural - C5. Proiectarea și conducerea sistemelor de management al calității, de mediu și siguranța alimentelor, în cadrul firmelor din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității - C6. Utilizarea tehnologiei informației în managementul unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 1 PC
Competențe transversale	- CT1. Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini/obiective complexe de la locul de muncă – 1 PC - CT2. Planificarea și organizarea resurselor umane în cadrul unui grup sau a unei organizații, în condiții de conștientizare a responsabilității pentru rezultatele profesionale – 1 PC - CT3. Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea masteranzilor cu problematica organizării și gestionării activității întreprinderii de comerț / turism / servicii de ospitalitate.
---------------------------------------	---

7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective procedurale 1. Abilitatea de a interpreta printr-o gândire logică aspectele legate de organizarea și funcționarea societăților comerciale din domeniul comerțului, turismului și din industria ospitalității; 2. Însușirea de către cursanți a know-how-ului necesar gestionării întreprinderii, prin metode și tehnici utilizate de practică, menite să dezvolte acestora spiritul de acțiune, precum și capacitatea de a gestiona cu maximum de responsabilitate și eficiență procesul muncii în cadrul organizațiilor din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității; 3. Capacitatea de concepere și conducere a proceselor specifice domeniului comerțului, turismului și din industria ospitalității; 4. Selectarea informațiilor economice relevante pentru soluționarea diverselor probleme concrete din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității și utilizarea lor integrată în fundamentarea deciziei optime.
	B. Obiective atitudinale 1. Facilitarea integrării în viața profesională; 2. Capacitatea de a lucra în echipă; 3. Cultivarea unor atitudini constructive în contexte organizaționale variate.

8. Conținuturi

Aplicații: Seminar / Proiect / Teme de casă		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Prezentarea, descrierea și caracterizarea firmei și a activității curente: - elementele de identificare a firmei, cadrul legislativ, statutul juridic, capitalul social al firmei; - scurt istoric al firmei; - obiectul de activitate al firmei; - capacitatea de producție (dacă este o firmă din domeniul producției), serviciile prestate (dacă este o firmă din domeniul serviciilor); - modul de organizare și conducere a firmei; - analiza activităților curente desfășurate de firmă; - sistemul de organizare și coordonare a activităților.	6	• conversația euristică • lucrul în grup	Consultarea documentelor oficiale – statutul firmei; organigrama; Regulamentul de organizare și funcționare; Regulamentul de ordine internă; fișe de post; diagrame de relații etc. ■ Fascicul din lucrarea practică
2	Analiza modului de organizare a activității firmei: - structura organizatorică de ansamblu a firmei și organigrama unității: număr de angajați (permanenți și sezonieri, nivel de pregătire, funcții deținute, grupe de vârstă), atribuții; - structura organizatorică a principalelor subdiviziuni ale firmei; - relațiile organizatorice implicate; - personalul de conducere și execuție, fișe de post, Regulament de organizare și funcționare, alte regulamente interne; - organizarea procesuală a firmei; - funcțiunile firmei – modul de manifestare și exercitare (cercetare-dezvoltare, producție – dacă este cazul, comercială, financiar-contabilă și de personal) - contribuția principalelor componente ale organizării procesuale la realizarea obiectivelor firmei.	8	• conversația euristică • exercițiul • lucrul în grup	Discuții cu tutorele și consultarea documentelor din care reies particularitățile subsistemului organizatoric. ■ Fascicul din lucrarea practică
3	Analiza stării actuale a sistemului de management al firmei: - studiul actualului sistem de management – procesele de conducere și de execuție, exercitarea funcțiilor managementului (previziune, organizare, coordonare, antrenare, control-evaluare); - analiza subsistemului organizatoric al entității – organigrama, personalul de conducere și execuție, fișe de post, Regulament de organizare și funcționare, alte regulamente interne; - analiza subsistemului informațional al entității – sistemul informațional, sistemul informatic, fluxuri și circuite informaționale, modalități de stocare și vehiculare a datelor; - analiza subsistemului decizional al entității – respectarea cerințelor de raționalitate privind decizia și a metodologiei de fundamentare, adoptare și implementare; - analiza subsistemului metodologic al sistemului de management – sisteme, metode și tehnici de conducere utilizate în cadrul entității studiate.	8	• conversația euristică • exercițiul • lucrul în grup	Discuții cu tutorele în vederea identificării particularităților subsistemelor componente ale sistemului de management și identificarea unor posibilități de perfecționare a acestora. ■ Fascicul din lucrarea practică

4	Analiza mediului intern al firmei: - stadiul actual, disfuncționalități, propuneri de îmbunătățire; - generalități referitoare la situația financiară a firmei; - descrierea produselor/serviciilor, a proceselor tehnologice desfășurate; logistica firmei; dotări: echipamente de birotică, mijloace de transport; spații de prestare a serviciilor, depozitare ș.a; - pragul de rentabilitate la nivelul firmei, precum și pragul de rentabilitate pentru un produs sau serviciu prestat de firmă; - analiza performanțelor strategiei comerciale; - resursele umane implicate; - descrierea climatului și culturii organizaționale; - procesarea documentelor din cadrul companiei; - interpretarea dinamicii mediului intern.	8	• conversația euristică • lucrul în grup • exercițiul	Consultarea documentelor oficiale și discuții cu tutorele în vederea identificării, analizei și interpretării relațiilor organizatorice implicate și a contribuției subdiviziunilor întreprinderii la realizarea obiectivelor firmei. ■ Fascicul din lucrarea practică
5	Analiza micromediului firmei: - furnizorii, prestatorii de servicii și intermediarii – modul de organizare a relațiilor firmei cu furnizorii (relații precontractuale, relații contractuale și relații postcontractuale); - concurenții – structura pieței vizate; - clienții unității: numărul acestora pe ultimii 5 ani (un grafic sugestiv în acest sens); structura acestora după caracteristicile sociale (vârstă, sex, venituri, pregătire, domiciliu etc.), după calea de achiziționare, după frecvența achizițiilor etc; - organisme publice (atitudinea publicului, mass-media, instituții locale, organizații cetățenești, ONG-uri ș.a.).	8	▪ conversația euristică ▪ lucrul în grup ▪ exercițiul	Consultarea documentelor oficiale și discuții cu tutorele în vederea identificării factorilor micromediului (clienți, furnizori, concurenți etc.) și analiza influenței exercitate de aceștia asupra întreprinderii. ■ Fascicul din lucrarea practică
6	Analiza macromediului firmei: - analiza STEP; - contextul legislativ și ecologic și impactul său asupra firmei; - oportunități și amenințări cu care se confruntă firma;	6	▪ conversația euristică ▪ lucrul în grup.	Discuții cu tutorele în vederea identificării particularităților determinantilor contextuali ai macromediului și interpretării lor. ■ Fascicul din lucrarea practică
7	Formularea de alternative de dezvoltare a afacerii, pe baza analizei SWOT a firmei și demonstrarea relevanței acestora, cu referire la realitățile economice naționale, europene și globale: - analiza factorilor interni/evaluarea potențialului întreprinderii – concretizată în identificarea punctelor forte (<i>strengths</i>) și a punctelor slabe (<i>weaknesses</i>); - analiza factorilor externi, desprinzându-se oportunitățile (<i>opportunities</i>) și amenințările (<i>threats</i>) cu care organizația se confruntă; - formularea alternativelor strategice, pe baza matricei de diagnosticare strategică SWOT.	8	▪ conversația euristică ▪ exercițiul ▪ lucrul în grup	Consultarea documentelor oficiale și discuții cu tutorele în vederea identificării punctelor forte și a punctelor slabe ale firmei, precum și a principalelor oportunități și amenințări și formularea de alternative strategice de dezvoltare a afacerii. ■ Fascicul din lucrarea practică
8	Identificarea și fundamentarea strategiilor firmei prin prisma mediului ambiant: - viziunea și misiunea firmei; - prezentarea obiectivelor fundamentale; - opțiunile strategice ale firmei (mijloace de realizare a obiectivelor); - resurse necesare; - termene intermediare și finale de realizare a obiectivelor; - avantajul competitiv al organizației.	6	▪ conversația euristică ▪ lucrul în grup ▪ exercițiul	Discuții cu tutorele și consultarea documentelor din care reies obiectivele pe termen scurt, mediu și lung ale firmei, analiza realității lor și formularea propunerilor de perfecționare a strategiei firmei, prin reconsiderarea componentelor acesteia. ■ Fascicul din lucrarea practică
9	Strategii și politici implementate în cadrul firmei: - tacticile adoptate și politicile aferente principalelor domenii ale activității firmei; - tipul de strategie managerială abordată;	8	▪ conversația euristică ▪ lucrul în grup ▪ exercițiul	Discuții cu tutorele și consultarea documentelor privind detalierea strategiei de ansamblu în

	- politica sistemului informațional; - politica de personal; - managementul stocurilor de marfă; - managementul creanțelor și disponibilităților bănești la nivelul firmei; - dezvoltarea / diversificarea producției și/sau a activităților.			politici specifice domeniilor principale ale activității firmei, Interpretarea rezultatelor analizelor și formularea concluziilor în urma observațiilor personale cu privire la politicile firmei. ■ Fascicul din lucrarea practică
10	Elaborarea planului de marketing al firmei: - politica de produs; - politica de distribuție; - politica de preț: nivelul și modul de stabilire a comisioanelor, prețurilor, tarifelor practicate de societate; - politica de comunicare: fundamentarea bugetului, modalități de promovare a ofertei; structura mixului de comunicare; - politica forței de vânzare.	8	▪ conversația euristică ▪ exercițiul ▪ lucrul în grup	Consultarea documentelor specifice funcțiunii comerciale a firmei și discuții cu tutorele din care reies particularitățile relațiilor cu furnizorii, piața, clienți existenți și potențiali, concurenții, elementelor aferente ciclului de comunicare și orientare către clienți. ■ Fascicul din lucrarea practică
11	Aprecieri privind relaționarea firmei cu mediul extern. Sugestii de îmbunătățire a activității: - comunicare și orientare către clienți; - atribuțiile profesionale ale consultanților vânzări, agenților de vânzări și lucrători comerciali; - strategia de promovare a produselor/serviciilor; materiale și modalități de promovare a ofertei/ produselor comercializate (exemplificare cu pliante și alte materiale, acțiuni de promovare a vânzărilor-oferte speciale și altele); - evoluția indicatorilor de performanță. Oportunități de dezvoltare. Proiecte de viitor ale unității.	8	▪ conversația euristică ▪ lucrul în grup	Analiza dinamică a mediului de afaceri pe piețele unde firma ar dori să se extindă și evidențierea elementelor aferente strategiei de atragere a clienților, pe baza discuțiilor cu tutorele. ■ Fascicul din lucrarea practică
12	Evaluare finală	2		

Bibliografie

1. Baicu Mariana – *Managementul riscului în afaceri*, Editura Fundația România de Măine, București, 2010;
2. Ceoce Costel – *Teoria și practica deciziei manageriale*, Editura Economică, București, 2014;
3. Diaconu Mihaela, Micu Cristina – *Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010;
4. Drăghici Const. Mihai Daniela – *Curs de management al activității de comerț, turism și servicii turistice*, Editura Sitech, Craiova, 2007;
5. Drăghici Const. Mihai Daniela – *Curs de management – teorie și aplicații*, Editura Sitech, Craiova, 2008;
6. Duncan Todd – *Excelența în vânzări*, Editura Amaltea, București, 2015;
7. Gallo Carmine – *Experiența APPLE - Secretele construirii unei relații pe termen lung cu clienții*, Editura Amaltea, București, 2015;
8. Grosu Mădălina Mihai Daniela – *Instrumente de planificare și optimizare în managementul organizației*, Editura Sitech, Craiova, 2005;
9. Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar – *Business-to-business Brand Management*, Editura Brandbuilders, București, 2016;
10. Lencioni Patrick – *Cinci tentații ale unui CEO*, Editura Litera, București, 2015;
11. Mihai Daniela Grosu Mădălina – *Management, aplicații în comerț. Managementul activităților turistice – Studii de caz. Aplicații*, Editura Universitaria, Craiova, 2005;
12. Nicolescu Ovidiu Verboncu Ion – *Metodologii manageriale*, Editura Universitară, București, 2008;
13. Schawbel Dan – *Manual de branding personal – Reguli noi pentru o carieră de succes*, Editura Amaltea, București, 2015;
14. Stănculescu, G. Micu Cristina – *Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație*, Editura C.H. Beck, București, 2012.

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor specifice administrării afacerilor în comerț, turism și servicii de ospitalitate vor satisface așteptările reprezentanților angajatorilor din domeniul economic;
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi aprofundate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților mediului de afaceri.

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	-	-	-
10.5 Seminar / Proiect / Tema de casă	• activitatea în cadrul stagiului de practică. • lucrările individuale elaborate și a modul de susținere a lor. • participarea la dezbaterile finale de analiză și interpretare a proiectelor.	• monitorizare periodică și recomandare tutore de practică. • evaluarea lucrărilor individuale și chestionarea orală • Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog.	20% 50% 30%
10.6 Standard minim de performanță	Respectarea orarului de efectuare a practicii la agentul economic repartizat (în proporție de minim 75 %) și elaborarea și susținerea unui proiect de practică, conform tematicii convenite cu tutorele de practică.		

Data completării
18 septembrie 2018

Titular de curs,
-

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

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

FIȘA DISCIPLINEI

Strategii și politici de resurse umane în comerț, turism și servicii de ospitalitate

anul universitar: 2018 – 2019

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Master
1.6	Programul de studiu / calificarea	Administrarea Afacerilor In Comerț, Turism și Servicii de Ospitalitate/ Economist

2. Date despre disciplină

2.1		Denumirea disciplinei		Strategii și politici de resurse umane în comerț, turism și servicii de ospitalitate											
2.2		Titularul activităților de curs		Conf. univ. dr. Carmen SECARĂ											
2.3		Titularul activităților de seminar		Conf. univ. dr. Carmen SECARĂ											
2.4		Anul de studii	II	2.5		Semestrul	II	2.6		Tipul de evaluare	E	2.7		Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	1	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	36	3.5	din care curs	12	3.6	S / L / P	24
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								40
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								30
Tutorat								4
Examinări								10
Alte activități								2
3.7	Total ore studiu individual	114						
3.8	Total ore pe semestru	150						
3.9	Număr de credite	6						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Management, managementul resurselor umane, Comunicare și relații publice
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 videoprojector
5.2	De desfășurare a seminarului	Dotarea clasică a sălii de seminar

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	- C1. Utilizarea proceselor de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare în activitatea unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 2 PC; - C4. Fundamentarea proceselor de comunicare în interiorul și exteriorul unității din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității în context multicultural – 2 PC.
Competențe transversale	- CT2. Planificarea și organizarea resurselor umane în cadrul unui grup sau a unei organizații, în condiții de conștientizare a responsabilității pentru rezultatele profesionale – 1 PC - CT3. Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic – 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 resursă umană a acesteia.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Cunoașterea noțiunilor specifice managementului resurselor umane; 2. Explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale acestei discipline; 3. Conștientizarea beneficiilor pe care le asigură aplicarea managementului resurselor umane în orice domeniu de activitate; 4. Abilitatea de a concepe strategii în domeniul resurselor umane; 5. Cunoașterea metodelor folosite în managementul resurselor umane cu privire la recrutare, selecție, motivare, evaluarea salariaților; 6. Înțelegerea principiilor generale care direcționează activitatea de management resurselor umane;

	7. Capacitatea de a coordona evoluția în carieră a membrilor echipei. <u>B. Obiective procedurale</u> 1. Utilizarea adecvată a noțiunilor specifice managementului resurselor umane; 2. Participarea la un interviu de recrutare-selecție simulat; 3. Participarea la identificarea unor soluții în cazul apariției conflictului organizațional; 4. Utilizarea metodelor specifice de stabilire a necesarului de personal din cadrul organizației; 5. Utilizarea instrumentelor de stabilire a stilului managerial. <u>C. Obiective atitudinale</u> 1. Manifestarea unor atitudini pozitive și responsabile față de domeniul managementului resurselor umane; 2. Cultivarea unui mediu pragmatic pentru aplicarea managementului resurselor umane; 3. Promovarea unui sistem performant de evaluare a personalului; 4. Valorificarea optimă și creativă a potențialului resurselor umane angajate în cadrul organizației; 5. Implicarea în dezvoltarea organizațională și în promovarea inovațiilor resurselor umane; 6. 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	Managementul previzional al resurselor umane. Ce este și de ce este necesar?	1	- prelegerea - conversația euristică - 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	Planul strategic de resurse umane. Obiectivele de resurse umane. Principalele dimensiuni ale resurselor umane: dimensiunea funcțională, dimensiunea temporală.	2		
3	Conținutul strategiilor din domeniul resurselor umane	1		
4	Tipuri de strategii în domeniul resurselor umane: - Strategii de personal orientate spre investiții. - Strategie de personal orientată valoric. - Strategie de personal orientată spre resurse - Strategie de specializare, de socializare, procesuală, de dezvoltare, de valorizare	2		
5	Politici în domeniul resurselor umane. Intercondiționările între obiectivele, strategiile, politicile și procedurile de personal.	2		
6	Definirea politicilor din domeniul resurselor umane. Principalele cerințe ale politicilor din domeniul resurselor umane.	2		
7	Politici de resurse umane specifice organizațiilor de comerț, turism și servicii de ospitalitate.	2		
Bibliografie				
1	Cole, G., A.	- <i>Managementul personalului</i> , Editura CODECS, București, 2000		
2	Dragomir, Gh., Vărzaru, M., Șchiopoiu – Burlea, A.	- <i>Managementul resurselor umane</i> , Editura Universitaria, Craiova, 2010		
3	Lefter, V., A. Manolescu, A., Chivu, I. și colab	- <i>Managementul resurselor umane – studii de caz, probleme, teste</i> , Editura Economică, București, 1999		
4	Luecke Richard	- <i>Harvard Business Essentials: Coaching and Mentoring</i> , Boston, Massachussetts, Harvard Business Schod Press, 2004		
5	Manolescu, A.	- <i>Managementul resurselor umane</i> , Editura Tribuna Economică, București, 2003		
6	Manolescu, A., (coord), Marinaș, C., Marian, I., Marin, I.	- <i>Auditul resurselor umane</i> , Editura Economică, București, 2011		
7	Marinaș, C., V., Irinel Marin, Nica, E., Bogdan, A., Lefter, V., (coord.), Deaconu, A. (coord), Aurel Manolescu (coord)	- <i>Managementul resurselor umane</i> , Ed. ProUniversitaria, București, 2013		
8	Martin Malcolm, Jackson Tricia	- <i>Practica de personal</i> , Editura Codecs, București, 2008		
9	Nica P., Iftimescu A.	- <i>Management. Concepte și aplicații</i> , Ed. Sedcom, Libris, Iași, 2008		
10	Panaite Nica, Adriana Prodan, Dan Marin Dușe, Carmen Dușe, Viorel Lefter, Simona Mălăescu, Camelia Moraru, Elena Marilena Porumb, Ramona Ștefania Puia	- <i>Managementul resurselor umane</i> , București, 2011		
11	Simmonds, D.	- <i>Proiectarea și livrarea programelor de training</i> , Editura Codecs, 2008		

12	Secară, C., G.	- <i>Managementul carierei în administrația publică din România</i> , Editura SITECH, Craiova, 2009
13	Secară, C., G.	- <i>Tendențe și practică în domeniul managementului resurselor umane</i> , Editura Sitech, Craiova, 2013
14	***	<i>Codul muncii, 2012 cu modificările și completările ulterioare</i>
15	***	<i>Revista română de Dreptul Muncii</i>

8.2. Aplicații: Seminar / 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 ▪ 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 <i>Resurse folosite:</i> ▪ Prezentări power-point
2	Domenii și obiective ale strategiilor de resurse umane.	1		
3	Tipuri de strategii în domeniul resurselor umane. Dependența față de strategia întreprinderii. Strategii de dezvoltare a personalului în funcție de cheltuieli. Strategia investițională, de „conciliere”, „în salturi”.	2		
4	Raportul dintre planificarea resurselor umane și planificarea organizațională (după L.L. BYARS și L. WRUE)	1		
5	Acoperirea decalajului de performanță. Strategii de personal diferențiate prin decalajul de performanță	2		
6	Strategii de dezvoltare în funcție de etapele carierei individului. Inițiatorul programului de training și dezvoltare. Strategie laissez-faire. Strategie funcțională. Strategie integrativă. Strategie de internalizare.	2		
7	Elaborarea și implementarea strategiilor din domeniul resurselor umane. Modelul strategiei de personal (după M. Armstrong). Matricea portofoliului de resurse umane.	2		
8	Compararea ofertei și cererii de resurse umane. Alternative ale procesului de asigurare cu personal în condițiile surplusului de angajați (după H. G. Heneman)	2		
9	Portofoliul șanselor și riscurilor în domeniul personalului (după Rolf Bühner). Resursele umane și strategiile de schimbare. Abordare tehnocratică. Abordare politică.	2		
10	Model al procesului de planificare a efectivelor pentru o categorie de personal	2		
11	Rolul și importanța politicilor de resurse umane. Raportul dintre obiectivele, strategiile, politicile și procedurile de personal.	1		
12	Politicile specifice de selecție profesională. Politici specifice de integrare și evaluare a personalului	2		
13	Politicile specifice de promovare. Politici specifice de salarizare. Politici specifice cu privire la pregătirea profesională.	2		
14	Politicile specifice cu caracter social. Politici specifice privind relațiile de muncă. Politica oportunităților egale sau a egalității șanselor.	2		

Bibliografie

1. Armstrong, M. - *Managementul resurselor umane (manual de practică)*, Editura Codecs, 2003
2. Constantin, T., Constantin, A. - *Managementul resurselor umane*, Editura Institutului European, București, 2012
3. Lefter, V., și colab - *Managementul resurselor umane*, Editura Economică, București, 2000
4. Manolescu, A., (coord), Marinaș, C., Marian, I., Marin, I. - *Auditul resurselor umane*, Editura Economică, București, 2011
5. Prodan, A. - *Managementul resurselor umane*, Editura Universității Al. I. Cuza, Iași, 2004
6. Stoica, C. - *Managementul strategic al resurselor umane*, Editura Junimea, Iași, 2014
7. Secară, C., G. - *Tendențe și practică în domeniul managementului resurselor umane*, Editura Sitech, Craiova, 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 de management vor satisface așteptările reprezentanților angajatorilor din domeniul administrării afacerilor;
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților mediului de afaceri.

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- 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 / Tema de casă	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii. • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	10% 20% 20%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea particularităților resurselor umane, a strategiilor și politicilor din domeniul HR .		

Data completării
24 septembrie 2018

Titular de curs,
Conf. univ. dr. Carmen SECARĂ

Titular de seminar,
Conf. univ. dr. Carmen SECARĂ

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Strategii concurențiale în afaceri
 anul universitar: 2018 – 2019

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Master
1.6	Programul de studiu / calificarea	Administrarea Afacerilor în Comerț, Turism și Servicii de Ospitalitate / Economist

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina												
2.1	Denumirea disciplinei					Strategii concurențiale în afaceri						
2.2	Titularul activităților de curs					lect. univ. dr. Stanciu Tolea Claudia						
2.3	Titularul activităților de seminar					lect. univ. dr. Stanciu Tolea Claudia						
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O	

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	1	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	36	3.5	din care curs	12	3.6	S / L / P	24
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								30
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								40
Tutorat								10
Examinări								5
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								1
3.7	Total ore studiu individual	114						
3.8	Total ore pe semestru	150						
3.9	Număr de credite	6						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Noțiuni fundamentale de management studiate în facultate
4.2	De competențe	Capacitate de analiză și sinteză și abilități în utilizarea computerului

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector și cu tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotare a sălii de seminar cu tablă / flipchart și cretă / marker

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	- C2. Elaborarea de portofolii strategice antreprenoriale optime funcționării și dezvoltării unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 2 PC - C3. Coordonarea activităților de relații cu clienții firmei și acordarea de consultanță specializată în domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 3 PC - C4. Fundamentarea proceselor de comunicare în interiorul și exteriorul unității din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității în context multicultural 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea și înțelegerea principalelor noțiuni cu care operează disciplina: strategie concurențială, sectorul de activitate, avantajul concurențial, alianțe strategice, lanțul valorii, etc.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive - Definirea corectă a obiectului de studiu al strategiilor concurențiale în afaceri și corelarea cu celelalte discipline; - Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte în domeniul strategiilor concurențiale în afaceri; - Cunoașterea, înțelegerea și interpretarea componentelor strategiilor concurențiale în afaceri - Operarea cu conceptele fundamentale specifice strategiilor concurențiale în afaceri - Însușirea conceptului de gândire strategică în cadrul afacerilor

	6. Caracterizarea sectoarelor de activitate în raport cu gradul de concentrare, etapa din ciclul de viață al sectorului și gradul de globalizare și alegerea strategiilor concurențiale specifice fiecărui tip de sector;. B. Obiective procedurale 1. Selectarea informațiilor economice relevante pentru realizarea analizei strategiilor specific mediului concurențial; 2. Dobândirea unui limbaj economic adecvat care să permită înțelegerea și folosirea conceptelor de bază asociate disciplinei, precum: tipurile de piețe, gradul de concentrare, modelul lui Porter etc. 3. Interpretarea și explicarea unor situații reale cu ajutorul instrumentelor teoretice oferite de disciplina Strategii concurențiale 4. Interpretarea și explicarea situațiilor reale cu ajutorul instrumentelor adecvate; 5. Corelarea unor experiențe profesionale din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității cu teoriile manageriale și utilizarea lor integrată în alegerea strategiei adecvate situații specific domeniului afacerilor 6. Dobândirea instrumentarului necesar pentru analiza și interpretarea unor situații specifice domeniului, prin tratarea unei palete largi de studii de caz. C. Obiective atitudinale 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	Strategia concurențială. Sectorul de activitate și piața relevantă	2	• prelegerea • conversația euristică • exemplifi- carea • exercițiul	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> • Prezentări în power-point • Studii de caz
2	Măsurarea gradului de concentrare a sectoarelor de activitate	1		
3	Strategiile concurențiale specifice sectoarelor de activitate fragmentate	2		
4	Strategiile concurențiale specifice sectoarelor de activitate concentrate	2		
5	Tipologia sectoarelor de activitate în funcție de ciclul de viață și strategii specifice	1		
6	Strategii de internaționalizare a afacerilor	2		
7	Avantajul concurențial. Lanțul valorii. Avantajul concurențial sustenabil	2		
Bibliografie:				
1. Besanko, David; Dranove, David; Shanley, Mark; Schaefer, Scott; Economics of Strategy, Fifth Edition, John Wiley & Sons, 2010 2. Ciobanu, Ion; Ciulu, Ruxandra; Strategiile competitive ale firmei, Editura Polirom, 2015 3. Faulkner, David; Bowman, Cliff; Elemente de strategie concurențială, Editura Teora, 2012 4. Maha, L-G. (coord.), Bodâlcă, C., Diacon, P-E., Mediul european al afacerilor, Ed. Univ. A. I. Cuza, Iași, 2015 5. Mauborgne, Renee, Strategia oceanului albastru. Cum să crezi un spațiu de piață necontestat și să faci concurența irelevantă, Editura Economică, București, 2015 6. Mockler, R.J. – Management strategic multinațional, Ed. Economică, București, 2011 7. Porter, Michael, Despre concurență, Editura Meteor Press, 2009 8. Pricop, M., Tanțău, A. – Globalizarea și strategia firmei, Ed. Eficient, București, 2014				
8.2. Aplicații: Seminar / Proiect / 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.	2	• Dialogul • Lucrul în grup • Exercițiul • Conversația euristică • Organizatorul grafic • 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 • Studii de caz
2	Mediul concurențial românesc – evoluții în sectoarele esențiale 2010 – 2018	4		
3	Măsurarea concentrării sectoriale. Aplicații coeficienți de concentrare	2		
4	Determinarea gradului de concentrare. Aplicații.	2		
5	Analiza concurenței în sectoarele fragmentate. Studii de caz	4		
6	Legea concurenței. Concentrarea economică. Studiu de caz	2		
7	Raport Consiliul Concurenței pe anul 2018 pe diferite sectoare	4		
8	Studii de caz alianțe strategice	4		

Bibliografie:

1. Besanko, David; Dranove, David; Shanley, Mark; Schaefer, Scott; Economics of Strategy, Fifth Edition, John Wiley & Sons, 2010
2. Ciobanu, Ion; Ciulu, Ruxandra; Strategiile competitive ale firmei, Editura Polirom, 2005
3. Faulkner, David; Bowman, Cliff; Elemente de strategie concurențială, Editura Teora, 2000
4. Maha, L-G. (coord.), Bodâlcă, C., Diacon, P-E., Mediul european al afacerilor, Ed. Univ. A. I. Cuza, Iași, 2015
5. Mauborgne, Renee, Strategia oceanului albastru. Cum să crezi un spațiu de piață necontestat și să faci concurența irelevantă, Editura Economică, București, 2015
6. Mockler, R.J. – Management strategic multinațional, Ed. Economică, București, 2011
7. Porter, Michael, Despre concurență, Editura Meteor Press, 2009
8. Priscop, M., Tanțău, A. – Globalizarea și strategia firmei, Ed. Eficient, București, 2014
9. Raportul Consiliului Concurenței: Evoluția concurenței în sectoarele cheie, 2016, 2017 ș.a.
10. Analiza politicii și legii concurenței în România, OECD, 2016

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și modalităților de fundamentare a strategiilor concurențiale vor satisface așteptările reprezentanților angajatorilor din domeniu;
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților mediului de afaceri.

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă: calitatea și coerența tratării celor 2 subiecte abordabile în manieră explicativ – argumentativă (25%) + un subiect de analiză și interpretare (25%)	50 %
10.5 Seminar / Tema de casă	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz.	• Expunerea liberă a studentului și argumentare • Portofoliu de studii de caz	20% 30%
10.6 Standard minim de performanță	- capacitatea de fundamentare și elaborare a strategiei unei firme în cadrul mediului concurențial identificat.		

Data completării

25 septembrie 2018

Titular de curs,

lect univ. dr. Claudia Stanciu Tolea

Titular de seminar,

lect univ. dr. Claudia Stanciu Tolea

Data aprobării în Consiliul departamentului,

28 septembrie 2018

Director de departament,
(prestator)

Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

Director de departament,
(beneficiar)

Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

FIȘA DISCIPLINEI

Politici în turismul mondial, anul universitar 2018 – 2019

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Masterat
1.6	Programul de studiu / calificarea	Administrarea Afacerilor în Comerț, Turism și Servicii de Ospitalitate / Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei				Politici în turismul mondial						
2.2	Titularul activităților de curs				Lect. univ. dr. Micu Cristina						
2.3	Titularul activităților de seminar				Lect. univ. dr. Micu Cristina						
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	II	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	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								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								40
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								30
Tutorat								8
Examinări								4
Alte activități								4
3.7	Total ore studiu individual	114						
3.8	Total ore pe semestru	150						
3.9	Număr de credite	6						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Turism durabil, ecoturism și ecoetichetare în turism, Strategii de dezvoltare în sectorul terțiar, Politici și strategii organizaționale în contextul dezvoltării durabile
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
5.2	De desfășurare a seminarului	Dotarea clasică a sălii de seminar

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1: Utilizarea proceselor de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare în activitatea unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 2 PC C2: Elaborarea de portofolii strategice antreprenoriale optime funcționării și dezvoltării unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 2 PC C3: Coordonarea activităților de relații cu clienții firmei și acordarea de consultanță specializată în domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 2 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea masteranzilor cu principalele instrumente de măsurare a impactului economic al turismului internațional, cunoașterea bazinelor de cerere și de ofertă mondială, precum și a politicilor macroeconomice aplicate în turism.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte specifice politicilor macroeconomice din turism; 2. Descrierea conceptelor, teoriilor și metodologiilor de culegere, prelucrare și analiză a datelor ce privesc fluxurile turistice internaționale ; 3. Analiza evoluției turismului interanțional în dinamică și structură. 4. Aplicarea unor acțiuni strategice și tactice în activitatea organizației în conformitate cu politica de bază a acesteia.

	B. Obiective procedurale 1. Fundamentarea de sisteme, capacități și strategii privind dezvoltarea turismului mondial. 2. Elaborarea unor studii, analize comparative cu privire la Contul Satelit al Turismului pentru diferite țări; 3. Aplicarea politicilor macroeconomice pentru diferite destinații turistice.. C. Obiective atitudinale 1. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în domeniul turismului mondial. 2. Formarea unei atitudini pozitive față de impactul turismului internațional asupra mediului socio-economic.
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Particularități și reglementări privind dezvoltarea durabilă a turismului internațional.	2	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic ▪ exercițiul ▪ dezbaterea cu oponent imaginar	- Prezentări în power-point - Studii de caz
2	Indicatorii dezvoltării durabile	2		
3	Politica turistică – concept, obiective și constrângeri	2		
4	Specializarea în turism și dezvoltarea economică	2		
5	Instrumente de măsurare a impactului economic utilizate pentru fundamentarea politicilor turistice	2		
6	Sistemul de indicatori ce caracterizează turismul internațional	2		
7	Instituții internaționale de politică turistică	2		
8	Sistemul european de indicatori privind destinația turistică	2		
9	Politica Uniunii Europene privind dezvoltarea turismului	2		
10	Transporturile turistice internaționale	2		
11	Evoluții și tendințe pe piața turismului mondial	2		
12	Modelul analizei factoriale și tipologice în turism	2		
Bibliografie				
1. Băltărețu, Andreea, <i>Evoluții și tendințe în turismul internațional. Aspecte teoretice și practice</i>, Editura Pro Universitaria, 2009. 2. Ban, Olimpia, <i>Turism internațional</i>, Universitatea din Oradea, 2008. 3. Băc Dorin Paul, <i>Turismul și dezvoltarea durabilă: realități, provocări, oportunități</i>, Editura Economică, București, 2013 4. Buj, C., <i>Paving the way to accessible tourism</i>, International Centre for Responsible Tourism, Leeds Metropolitan University, 2010 5. Buruiană, Gianina, <i>Politici macroeconomice în turism</i>, Editura Uranus, București, 2008. 6. Clarke, J., <i>Marketing Structures for Farm Tourism: Beyond the Individual Provider of Rural Tourism</i>. Journal of Sustainable Tourism, 2010. 7. Coros, Monica Maria, <i>Managementul cererii și ofertei turistice</i>, Editura C.H. Beck, 2015. 8. Dridea Catrinel Raluca, <i>Agrementul și animația în turism. Studii de caz</i>. Editura Pro Universitaria, 2016 9. Gabor, Manuela Rozalia, Oltean, Flavia, <i>Produse inovative în turismul național și internațional</i>, Editura C.H. Beck, 2015. 10. Jeleu, Viorica, <i>Turism internațional</i>, Editura România de Măine, 2012. 11. Robinson, Peter, <i>Tourism: The key concepts</i>, Rotuledege Taylor&Francis Group, 2012. 12. Micu Cristina, <i>Dezvoltarea turismului durabil. Modelarea factorilor de influență</i>, Editura Uranus, București, 2013 13. Micu Cristina, <i>Politici în turismul mondial</i>, suport de curs în format electronic, 2017. 14. Rotariu, Ilie, <i>Dezvoltarea destinației turistice</i>, Editura Alma Mater Sibiu, 2008. 15. Stănculescu Gabriela, Timothy Lee, <i>Tourism challenges for enlarged Europe</i>, Editura ASE, București, 2011. 16. www.revistade turism.ro 17. www.europa.eu 18. www.world-tourism.org 19. www.wttc.org				
8.2. Aplicații: Seminar / 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 temei de casă și distribuirea studiilor de caz.	1	▪ Dialogul ▪ Lucrul în grup ▪ Exercițiul ▪ Conversația euristică ▪ dezbaterea cu oponent imaginar	▪ Scurte prezentări în power-point pentru descrierea studiilor de caz și stimularea
2	Indicatori de măsurare a impactului economic al turismului internațional	1		
3	Influențele globalizării asupra turismului	1		
4	Obiective și constrângeri ale politicilor turistice macroeconomice	1		
5	Politica turistică a unei țări.	1		

6	Indicatori de masurare utilizați in turismul international.	1	exercițiilor ▪ Studii de caz
7	Analiză comparativă Contul Satelit al Turismului pentru țări membre ale Uniunii Europene	2	
8	Indicele Comeptitivității Turistice. Analiză comparative destinații turistice.	2	
9	Evoluția circulației turistice pe plan international și european. Analiza comparativă a ierarhiilor pe destinații turistice	1	
10	Aplicarea modelului analizei factoriale și tipologice în turism	1	

Bibliografie

1. Băltărețu, Andreea, *Evoluții și tendințe în turismul international. Aspecte teoretice și practice*, Editura Pro Universitaria, 2009.
2. Buruiană, Gianina, *Politici macroeconomice în turism*, Editura Uranus, București, 2008.
3. Coros, Monica Maria, *Managementul cererii și ofertei turistice*, Editura C.H. Beck, 2015.
4. Cristureanu, Cristiana, *Strategii și tranzacții în turismul internațional*, Editura C.H. Beck, București, 2006.
5. Dinu, Mihaela, *Journal of Tourism Challenges & Trends*, Editura Universitară, București, 2016.
6. Dridea Catrinel Raluca, *Agrementul și animația în turism. Studii de caz*. Editura Pro Universitaria, 2016
7. Gabor, Manuela Rozalia, Oltean, Flavia, *Produse inovative în turismul national și international*, Editura C.H. Beck, 2015.
8. Jeleu, Viorica, *Turism international*, Editura România de Măine, 2012.
9. Micu Cristina, *Dezvoltarea turismului durabil. Modelarea factorilor de influență*, Editura Uranus, București, 2013
10. Neacșu, Nicolae, Neacșu, Monica, Drăghilă, Marcela, Băltărețu Andreea, *Resurse și destinații turistice interne și internaționale*, Editura Universitară, București, 2011.
11. www.europa.eu
12. www.world-tourism.org
13. www.wttc.org
14. <http://www.etc-corporate.org/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=168&ac=9>
15. <http://www.apec-tourism.org/tin.php>

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 comerțului și turismului.
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniul Administrarea Afacerilor

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 / Tema de casă	-implicarea în rezolvarea studiilor de caz;	Evaluarea răspunsurilor și intervențiilor studentului	10%
	-testare	Evaluare scrisă în timpul semestrului;	20%
	- gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă	Evaluarea prezentării temei de casă .	20%
10.6 Standard minim de performanță	1. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Politici în turismul mondial". 2. Participarea efectivă la cel puțin un studiu de caz lucrat în echipă. 3..Cunoașterea instrumentelor de măsurare a impactului economic asupra turismului mondial.		

Data completării
24 septembrie 2018

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Strategii de management în comerț, turism și servicii de ospitalitate
 anul universitar: 2018 – 2019

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Master
1.6	Programul de studiu / calificarea	Administrarea Afacerilor în Comerț, Turism și Servicii de Ospitalitate / Economist

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei					Strategii de management în comerț, turism și servicii de ospitalitate						
2.2 Titularul activităților de curs					Conf. univ. dr. Daniela MIHAİ						
2.3 Titularul activităților de seminar					Conf. univ. dr. Daniela MIHAİ						
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	1	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de inv.	36	3.5	din care curs	12	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								36
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								40
Tutorat								10
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	114						
3.8	Total ore pe semestru	150						
3.9	Număr de credite	6						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Noțiuni fundamentale de management studiate în facultate
4.2	De competențe	Capacitate de analiză și sinteză

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector și cu tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotare a sălii de seminar cu tablă / flipchart și cretă / marker

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	• C1. Utilizarea proceselor de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare în activitatea unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 2 PC • C2. Elaborarea de portofolii strategice antreprenoriale optime funcționării și dezvoltării unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 1 PC • C3. Coordonarea activităților de relații cu clienții firmei și acordarea de consultanță specializată în domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 1 PC • C5. Proiectarea și conducerea sistemelor de management al calității, de mediu și siguranța alimentelor, în cadrul firmelor din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 1 PC • C6. Utilizarea tehnologiei informației în managementul unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu procesul de fundamentare, elaborare și implementare a strategiei manageriale de dezvoltare a afacerilor în comerț, turism și industria ospitalității.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Definirea corectă a obiectului de studiu al strategiei de management și corelarea cu celelalte discipline; 2. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte în domeniul strategiei de management și a particularităților ei specifice afacerilor din comerț, turism și industria ospitalității; 3. Cunoașterea, înțelegerea și interpretarea componentelor strategiei manageriale; 4. Operarea cu conceptele fundamentale specifice strategiei de management; 5. Însușirea conceptului de gândire strategică în cadrul afacerilor din comerț, turism și industria ospitalității.

	B. Obiective procedurale 1. Selectarea informațiilor economice relevante pentru realizarea analizei strategice a mediului ambiant din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității, în vederea identificării oportunităților și amenințărilor; 2. Descrierea argumentată a metodologiilor de analiză și interpretare a informațiilor economice în vederea fundamentării strategiei de management; 3. Identificarea și explicarea problemelor specifice tipurilor de rezistență la schimbare în afacerile din comerț, turism și industria ospitalității; 4. Corelarea unor experiențe profesionale din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității cu teoriile manageriale și utilizarea lor integrată în fundamentarea, elaborarea și implementarea strategiei; 5. Stabilirea unor sisteme de colectare și valorificare a datelor privind efectele implementării strategiei manageriale în cadrul organizațiilor din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității, în vederea formulării propunerilor de perfecționare. C. Obiective atitudinale 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	Introducere în strategia firmei 1.1. Conceptul de strategie și caracteristicile acesteia 1.2. Componentele de bază ale strategiei firmei 1.3. Clasificarea strategiilor 1.4. Rolul strategiilor	1		
2	Procesul de formulare a strategiei de management în comerț, turism și servicii de ospitalitate 2.1. Introducere 2.2. Planificarea strategică 2.3. Diagnosticarea strategică 2.4. Strategia dinamică inter-relațională	2		
3	Modele clasice de formulare a strategiei de management în comerț, turism și servicii de ospitalitate 3.1. Modelul „Grila de diagnostic a Școlii Harvard” 3.2. Abordarea lui Igor Ansoff de formulare a strategiei 3.2.1. Evaluarea internă 3.2.2. Evaluarea externă 3.2.3. Stabilirea strategiei 3.2.4. Aprecierea modelului lui Igor Ansoff	2	• prelegerea • conversația euristică	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i>
4	Modele de portofoliu de activități aplicabile sferei comerțului, turismului și serviciilor de ospitalitate 4.1. Modelul lui Boston Consulting Group (B.C.G.) 4.1.1. Determinarea segmentelor strategice 4.1.2. Poziționarea firmei pe segmente 4.1.3. Formularea strategiei de portofoliu 4.1.4. Avantajele și limitele modelului B.C.G. 4.2. Modelul lui Arthur D. Little (A.D.L.) 4.3. Modelul lui Mc Kinsey 4.4. Evaluarea modelelor de portofoliu de activități	2	• exemplificarea • organizatorul grafic • exercițiul • dezbateră cu oponent imaginar	• Prezentări în power-point • Studii de caz • Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
5	Abordarea strategică a lui Michael Porter 5.1. Tehnici de analiză ale sectoarelor strategice și concurenței 5.1.1. Studiul forțelor jocului concurențial 5.1.2. Descompunerea sectorului în grupuri strategice 5.1.3. Conceptul de „lanț de valori” și sursele avantajului concurențial 5.2. Strategii de bază în fața concurenței 5.2.1. Strategia de dominare prin costuri 5.2.2. Strategia de diferențiere 5.2.3. Strategia de concentrare 5.3. Opțiuni strategice și tipuri de mediu în comerț, turism și servicii de ospitalitate 5.3.1. Opțiuni strategice în sectoarele nou înființate 5.3.2. Opțiuni strategice în sectoarele în maturitate 5.3.3. Opțiuni strategice în sectoarele în declin 5.4. Avantajele și limitele abordării strategice a lui Michael Porter	2		
6	Opțiuni strategice aplicabile sferei comerțului, turismului și serviciilor de ospitalitate	3		

	6.1. Strategia de specializare 6.2. Strategia de diversificare 6.3. Strategia de integrare pe verticală 6.4. Strategia de achiziții și fuziuni 6.4.1. Elemente generale 6.4.2. Tipologia strategiilor de achiziții și fuziuni 6.4.3. Factorii de opțiune între dezvoltarea internă și cea externă 6.4.4. Procesul de achiziție 6.5. Alianțe strategice 6.5.1. Conceptul de alianțe strategice 6.5.2. Avantaje și caracteristici ale alianțelor strategice 6.5.3. Tipologia alianțelor strategice 6.6. Strategii de dezvoltare intensivă			
Bibliografie: 1. Anghel Ioan, <i>Evaluarea întreprinderii</i>, Editura Economică, București, 2010 2. Băcanu, B., <i>Management strategic în turism – Concepte și studii de caz</i>, Editura Polirom, Iași, 2009. 3. Burduș, Eugen – <i>Fundamentele managementului organizației</i>, ediția a II-a, Editura Economică, București, 2008 4. Ceocea Costel - <i>Teoria și practica deciziei manageriale</i>, Editura Economică, București, 2014 5. Ciocoiu Carmen Nadia, <i>Managementul riscului. O abordare integrată</i>, Editura A.S.E., București, 2014 6. Dalota Marius-Dan, <i>Managementul strategic al firmei</i>, Editura Pro Universitaria, 2016 7. Drăghici C., Mihael D., Brutu M. – <i>Curs de management – teorie și aplicații</i>, Editura Sitech, Craiova, 2008; 8. Dumitrescu M., Dumitrescu-Peculea A. – <i>Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane</i>, Editura Economică, București, 2014 9. Eschenbach Rolf, Siller Helmut – <i>Controlling profesional. Concepte și instrumente</i>, Editura Economică, București, 2014 10. Gallo Carmine – <i>Experiența APPLE - Secretele construirii unei relații pe termen lung cu clienții</i>, Editura Amaltea, București, 2015 11. Ghenea Marius - <i>Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri</i>, Editura Universul Juridic, 2011 12. Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar – <i>Business-to-business Brand Management</i>, Editura Brandbuilders, București, 2016 13. Lencioni Patrick – <i>Cinci tentații ale unui CEO</i>, Editura Litera, București, 2015 14. Maha, L-G. (coord.), Bodâlcă, C., Diacon, P-E., <i>Mediul european al afacerilor</i>, Ed. Univ. A. I. Cuza, Iași, 2015 15. Mauborgne, Renee, <i>Strategia oceanului albastru. Cum să creezi un spațiu de piață necontestat și să faci concurența irelevantă</i>, Editura Economică, București, 2015 16. Mihael D., Brutu M. – <i>Management – Fundamente teoretice. Teste grilă. Aplicații – manual destinat studenților IFR</i>, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014 17. Mihael, D., Drăghici, C. – <i>Curs de analiză strategică și simulări decizionale</i> – vol. 1, Editura Sitech, Craiova, 2009. 18. Mockler, R.J. – <i>Management strategic multinațional</i>, Ed. Economică, București, 2011 19. Pricop, M., Tanțău, A. – <i>Globalizarea și strategia firmei</i>, Ed. Eficient, București, 2014 20. Stănculescu, G., Micu, C. – <i>Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație</i>, Editura C.H. Beck, 2012.				
8.2. Aplicații: Seminar / 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.	2	• Dialogul • Lucrul în grup • Exercițiul • Conversația euristică • Organizatorul grafic • 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
2	Stabilirea misiunii și viziunii pentru o organizație de comerț / turism / servicii de ospitalitate	1		
3	Obiective strategice versus obiective pe termen scurt în firmele de comerț, turism și servicii de ospitalitate	2		
4	Modelul Porter și Analiza SWOT pentru o organizație de comerț / turism / servicii de ospitalitate	3		
5	Rezistența la schimbare în firmele de comerț / turism / servicii de ospitalitate. Abordare comparativă	2		
6	Strategii de eficiență în comerț, turism și servicii de ospitalitate; Strategii de calitate în comerț, turism și servicii de ospitalitate; Strategii de inovare în comerț, turism și servicii de ospitalitate	4		Resurse folosite: • Scurte prezentări în power-point pentru descrierea studiilor de caz și stimularea exercițiilor • Studii de caz
7	Strategii și politici de costuri în comerț, turism și servicii de ospitalitate; Strategii și politici de diferențiere în comerț, turism și servicii de ospitalitate; Strategii și politici de focalizare în comerț, turism și servicii de ospitalitate	4		
8	Strategii și politici de investiții în comerț, turism și servicii de ospitalitate	4		
9	Evaluare finală	2		

Bibliografie:

1. Baicu Mariana – *Managementul riscului în afaceri*, Editura Fundația România de Măine, București, 2010
2. Băbuț, G., Moraru, R., *Managementul riscurilor. Abordare globală – concepție, principii și structură*, Editura Universitat, Pitești, 2009
3. Băcanu, B., *Management strategic în turism – Concepte și studii de caz*, Editura Polirom, Iași, 2009.
4. Băcanu, B. – *Tehnici de analiză în managementul strategic*, Editura Polirom, Iași, 2007.
5. Băcanu, B., *Practici de management strategic*, Editura Polirom, Iași, 2006.
6. Căprărescu, G. – *Managementul strategic al firmei de comerț și turism*, Editura Rosetti, București, 2005
7. Ceocea Costel - *Teoria și practica deciziei manageriale*, Editura Economică, București, 2014
8. Dalota Marius-Dan, *Managementul strategic al firmei*, Editura Pro Universitaria, 2016
9. Drăghici C., Mihaie D., Brutu M. – *Curs de management – teorie și aplicații*, Editura Sitech, Craiova, 2008;
10. Eschenbach Rolf, Siller Helmut – *Controlling profesional. Concepte și instrumente*, Editura Economică, București, 2014
11. Farrell, Larry C, *Cum să devii antreprenor. Dezvoltă-ți propria afacere*, Ed. Curtea Veche, 2012
12. Gallo Carmine – *Experiența APPLE - Secretele construirii unei relații pe termen lung cu clienții*, Editura Amaltea, București, 2015
13. Geamănu, M., *Economia României sub impactul investițiilor străine directe*, Ed. Economică, București, 2014
14. Ghenea Marius - *Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri*, Editura Universul Juridic, 2011
15. Kotler Ph., Pfoertsch Waldemar – *Business-to-business Brand Management*, Ed.Brandbuilders, București, 2016
16. Lencioni Patrick – *Cinci tentații ale unui CEO*, Editura Litera, București, 2015
17. Maha, L-G. (coord.), Bodâlcă, C., Diacon, P-E., *Mediul european al afacerilor*, Ed. Univ. A. I. Cuza, Iași, 2015
18. Mauborgne, Renee, *Strategia oceanului albastru. Cum să creezi un spațiu de piață necontestat și să faci concurența irelevantă*, Editura Economică, București, 2015
19. Mihaie D., Brutu M. – *Management – Fundamente teoretice. Teste grilă. Aplicații – manual destinat studenților IFR*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014
20. Mihaie D., Drăghici, C. – *Curs de analiză strategică și simulări decizionale – vol. 1*, Ed. Sitech, Craiova, 2009.
21. Popescu Dumitru Dan, *Practical guide to company analysis*, Editura A.S.E., București, 2011
22. Stănculescu, G., Micu, C. – *Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație*, Editura C.H. Beck, 2012.

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și modalităților de fundamentare, elaborare și implementare a strategiilor manageriale de dezvoltare a afacerilor în comerț, turism și industria ospitalității vor satisface așteptările reprezentanților angajatorilor din domeniu;
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților mediului de afaceri.

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă: calitatea și coerența tratării celor 2 subiecte abordabile în manieră explicativ – argumentativă (50%) + un subiect de analiză și interpretare (50%)	30 %
10.5 Seminar / Tema de casă	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog.	20%
	• Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminar.	• Testare	20%
	• Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	30%
10.6 Standard minim de performanță	- capacitatea de fundamentare și elaborare a strategiei de dezvoltare a unei firme din domeniul comerțului, turismului sau industriei ospitalității.		

Data completării
18 septembrie 2018

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Metodologia cercetării științifice în vederea elaborării lucrării de disertație
 anul universitar: 2018 – 2019

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Master
1.6	Programul de studiu / calificarea	Administrarea Afacerilor în Comerț, Turism și Servicii de Ospitalitate / Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei				Metodologia cercetării științifice în vederea elaborării lucrării de disertație						
2.2	Titularul activităților de curs				-						
2.3	Titularul activităților de seminar (proiect)				Prof. univ. dr. Mihaela Diaconu						
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	2	3.2	din care curs	-	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	24	3.5	din care curs	-	3.6	S / L / P	24
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								14
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								2
Examinări								5
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	51						
3.8	Total ore pe semestru	75						
3.9	Număr de credite	3						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Noțiuni fundamentale de administrarea afacerilor din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității
4.2	De competențe	Capacitate de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	
5.2	De desfășurare a seminarului	- dotare a sălii de seminar cu table, videoproiector, calculatoare, software

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	- C2. Elaborarea de portofolii strategice antreprenoriale optime funcționării și dezvoltării unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 1 PC - C6. Utilizarea tehnologiei informației în managementul unităților din domeniul comerțului, turismului și industriei ospitalității – 1 PC
Competențe transversale	CT1. Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini/obiective complexe de la locul de muncă – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Dezvoltarea competențelor care vizează elaborarea unui proiect de cercetare.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive - Înțelegerea și însușirea problemelor de bază ale metodologiei cercetării științifice; - Cunoașterea principalelor metode de cercetare științifică în domeniul științelor economice. B. Obiective procedurale - Formarea abilităților de aplicare a tehnicilor și instrumentelor de cercetare științifică la situații concrete; - Autoevaluarea propriei activități de învățare și a rezultatelor activității de cercetare științifică. C. Obiective atitudinale - Respectarea normelor de deontologie profesională; - Dezvoltarea unei atitudini proactive față de rolul muncii de cercetare.

8. Conținuturi

8.1. Proiect		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Teoria cercetării științifice	2	Prelegerea Explicatia Exercițiul de reflecție Dezbateri	Scurte prezentări în power-point Echipament IT și software
2	Probleme de etică în cercetare	1		
3	Structura unei lucrări științifice	1		
4	Definirea problemei de cercetare	2		
5	Documentarea cercetării și stadiul cunoașterii	2		
6	Metode cercetare în științele economice	4		
7	Colectarea și analiza datelor	4		
8	Analiza calitativă și cantitativă a datelor	6		
9	Formularea concluziilor	2		
Bibliografie:				
1. Bjare, Gustavii, How to write and Illustrate a Scientific Paper, Cambridge University Press, 2008 2. Blumberg, B., Cooper, D.R., Schindler, P.S., Business Research Methods, McGraw Hill, 2011 https://allbookserve.org/downloads/cooper_and_schindler_business_research_methods.pdf 3. Dinu, Vasile; Săvoiu, Gheorghe; Dabija, Dan-Cristian, A concepe, a redacta și a publica un articol științific - o abordare în contextul cercetării economice, Editura ASE, București, 2017 4. King, Ronald, F., Strategia cercetării, Editura Polirom, Iași, 2015, România 5. Kumar, R., Research methodology. A step-by-step guide for beginners, 3 rd edition, SAGE Publications, 2011 http://www.sociology.kpi.ua/wp-content/uploads/2014/06/Ranjit_Kumar-Research_Methodology_A_Step-by-Step_G.pdf 6. Phyllis Tharenou, Ross Donohue, Brian Cooper, Management research methods, Cambridge University Press, 2017 7. Radu, Ilie, Cum se scrie un text științific, Editura Polirom, Iași, 2014, România 8. Walliman, N., (editor), Research Methods: The Basics, Taylor & Francis e-Library, 2011 https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2317618/mod_resource/content/1/BLOCO%202_Research%20Method%20The%20Basics.pdf				

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 epistemice/academice din domeniul științelor economice și al comerțului, turismului și industriei ospitalității; - competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților mediului de afaceri.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs			
10.5 Seminar / Proiect / Tema de casă	- capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate. - corectitudinea și completitudinea cunoștințelor.	- Lucrări scrise: teme, proiecte. - Participarea activă la seminarii. - Evaluare scrisă finală.	60% 10% 30%
10.6 Standard minim de performanță	- Cunoașterea conceptelor de bază specifice domeniului comerțului, turismului sau industriei ospitalității și explicarea interdependențelor dintre ele.		

Data completării
19 septembrie 2018

Titular de curs,

Titular de seminar / proiect,
Prof. univ. dr. Mihaela DIACONU

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

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