

FIȘA DISCIPLINEI
Managementul serviciilor, 2018-2019

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Managementul serviciilor					
2.2	Titularul activităților de curs					Conf. univ. dr. Grădinaru Puiu					
2.3	Titularul activităților de seminar / proiect					Lect. univ. dr. Antoniu Maria-Eliza					
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1 + 1
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	14 + 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								30
Pregătire seminarii/proiecte, teme, referate, portofolii, eseuri								30
Tutoriat								2
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	94						
3.8	Total ore pe semestru	150						
3.9	Număr de credite	6						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea elementelor de management, disciplină studiată în anul I și a celor de management operațional, materie studiată în anul II.
4.2	De competențe	• Capacitatea de analiză și sinteză • Capacitatea de înțelegere și utilizare a limbajului economic • Capacitatea de a utiliza inducția și deducția • Capacitatea de structurare și interpretare a informației • Capacitatea de gândire pragmatică și aplicativă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației prin diagnosticare și analiză SWOT – 1 PC C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 1 PC C.4. Identificarea, selectarea și utilizarea modalităților de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare – 2 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 1 PC
Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor și a normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în științele economice – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Însușirea de către studenți a unui ansamblu organizat și coerent de cunoștințe prin care se explică, în mod sistematic, fenomenele și procesele ce se produc în conducerea firmelor de servicii
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte de bază, a componentelor managementului serviciilor și a caracteristicilor fiecăreia

	- Operarea cu algoritmi și metodele fundamentale de calcul - Explicarea și interpretarea problematicii de bază a managementului serviciilor din perspectivă sistemică - Definirea corectă a obiectului de studiu al managementului serviciilor și stabilirea relațiilor pe care acesta le are cu alte științe B. Obiective procedurale - Corelarea activităților specifice managementului serviciilor cu simulările și jocurile strategice - Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor manageriale - Folosirea teoriilor pedagogice pentru elaborarea unui stil de învățare eficient - Utilizarea unor metode de autoevaluare a propriei activități de învățare C. Obiective atitudinale - Respectarea normelor de deontologie profesională (a codului deontologic al profesorului), fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în științele economice - Cooperarea în echipe de lucru pentru întocmirea temelor de casă; - Utilizarea unor metode specifice de elaborare a unui plan de dezvoltare personală și profesională
--	---

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Considerații privind teoria și practica serviciilor 1.1 Conceptualizarea serviciilor. Caracteristicile serviciilor 1.2 Tipologia serviciilor 1.3 Valoarea adăugată de servicii	2		
2	Eficiența economică și socială a serviciilor 2.1. Conținutul și particularitățile eficienței în sfera serviciilor 2.2. Criterii de evaluare, indicatori de exprimare și căi de creștere a eficienței 2.3. Relațiile între calitate și eficiență în activitățile de servicii	3		
3	Capacitatea firmelor de servicii 3.1 Planificarea capacității 3.2 Strategiile de stabilire a capacității 3.3 Metodologia de stabilire a capacității	3		
4	Amplasarea geografică a firmelor de servicii 4.1 Conceptul de locație. Factorii care influențează deciziile privind locația 4.2 Metode pentru evaluarea variantelor și luarea deciziilor privind locația	3		
5	Managementul serviciilor de aprovizionare cu mărfuri, materii prime și materiale 5.1. Determinarea structurii necesarului de aprovizionat 5.2. Recunoașterea materiei prime, materialelor și mărfurilor 5.3. Sisteme de gestiune a stocurilor	3	- prelegerea - conversația euristică - exemplificarea - organizatorul grafic - exercițiul - dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> - Prezentări în power-point - Studii de caz - Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
6	Managementul serviciilor de depozitare a mărfurilor, materiilor prime și materialelor 6.1 Organizarea spațiilor de depozitare 6.2. Amplasarea și identificarea produselor 6.3. Pregătirea comenzilor	3		
7	Managementul serviciilor de transporturi 7.1 Particularitățile activității de transport. Calitatea prestației de transport 7.2 Considerații generale privind întreprinderile prestatoare de servicii de transport auto 7.3 Abordarea sistematică a managementului unui sistem de transport auto	3		
8	Folosirea programării liniare în optimizarea planului de transport 8.1 Modelul general al unei probleme de transport 8.2 Utilizarea metodei colțului de Nord-Vest pentru determinarea soluției de bază 8.3 Utilizarea metodei distributive pentru îmbunătățirea soluției de bază	2		
9	Optimizarea deciziilor economice din sfera serviciilor prin modelarea fenomenelor de așteptare 9.1 Sistem de așteptare 9.2 Ipoteze folosite în modelele firelor de așteptare 9.3 Modele de fire de așteptare	3		

10	Elemente de organizare ergonomică a muncii în activitățile prestatoare de servicii 10.1 Ergonomia și organizarea ergonomică a muncii 10.2 Organizarea locului de muncă 10.3 Factorii de ambianță fizică 10.4 Oboseala în muncă 10.5 Protecția muncii	3		
Bibliografie 1. Andreica, M. ș.a. – Abordări moderne ale managementului previzional al organizațiilor economice , Editura ASE, București, 2016 2. Burduș, E., Popa, I. – Management. Teste. Probleme. Exerciții. Studii de caz. Grile de evaluare , Editura Pro Universitaria, București, 2013 3. Ceocea, C. – Teoria și practica deciziei manageriale , Editura Economică, București, 2014 4. Cojocariu, S. – Management în turism și servicii , Editura Universitară, 2010 5. Constantin, L., Budacia, G. – Managementul serviciilor , Editura Universitară, București, 2010 6. Cruceru, G. – Managementul serviciilor , Universitatea Spiru Haret, Facultatea de Management, Brașov, 2015 7. Ghenea, M. – Antreprenariat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri , SC Universul juridic SRL, 2011 8. Grădinaru, D., Grădinaru, P. – Managementul serviciilor. Manual universitar pentru IFR , Editura Universității din Pitești, 2010 9. Grădinaru, P. – Managementul serviciilor, Suport de curs în format IFR , 2016 10. Ionciacă, M. – Economia serviciilor. Abordări teoretice și implicații practice , Editura Uranus, București, 2012 11. Ionescu, V.C. – Managementul producției și serviciilor , Editura Universitară, 2010 12. Lencioni, P. – Cinci tentații ale unui CEO. O poveste despre leadership , Editura Litera, București, 2015 13. Militaru, C., Drăguț, B., Zanfir, A. – Management prin calitate. Ediția a II-a , Editura Universitară, 2014 14. Militaru, Gh. – Managementul serviciilor , Editura C.H. Beck, București, 2010 15. Niță, V. – Managementul sistemelor de transport , Editura Tehnopress, București, 2010 16. Popescu, D. – Comportament organizațional. Ediția doua, revizuită și adăugită , Editura ASE, București, 2013 17. Rusu, E. – Decizii optime în management prin metode ale cercetării operaționale. Probleme și studii de caz , Editura Economică, București, 2011 18. Verboncu, I. – Știm să conducem? , Editura Economică, București, 2009 19. Zamfir, A. – Managementul serviciilor , Editura ASE, București, 2011				
8.2. Aplicații:		Nr. ore	Metode de predare	Observații
Seminar				Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea proiectelor – 1 oră	1	Problematizare Dezbateri Lucrul în grup Conversația Abordarea euristică	Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
2	Calculul valorii adăugate de servicii	1		
3	Eficiența economică și socială a serviciilor	2		
5	Utilizarea metodologiei de stabilire a capacității și a metodelor privind determinarea locației firmelor de servicii	2		
6	Determinarea structurii necesarului de aprovizionat	2		
7	Utilizarea algoritmului ungar în amplasarea și identificarea produselor	2		
8	Optimizarea planului de transport auto	2		
9.	Modele de fire de așteptare	2		
10	Proiect Eficiențizarea firmei de servicii 1. Prezentarea de ansamblu a firmei de servicii 2. Analiza aspectelor specifice managementului serviciilor 3. Analiza capacității firmei de servicii 4. Determinarea structurii necesarului de aprovizionat. 5. Organizarea spațiilor de depozitare 6. Analiza organizării ergonomice a locurilor de muncă 7. Identificarea modalităților de creștere a eficienței activității firmei 8. Concluzii și propuneri de îmbunătățire a activității firmei 9. Utilizarea modelelor de fire de așteptare în prestarea serviciilor de către firmă	2 1 1 1 1 2 2 2 2	Lucrul în grup Conversația Abordarea euristică	Informații despre firmă
Bibliografie 1. Andreica, M., Popescu, M.E., Micu, D. – Abordări modern ale managementului previzional al organizațiilor economice , Editura ASE, București, 2016 2. Băloiu, M., Frăsineanu, C., Frăsineanu, I. – Management inovațional , Editura ASE, București, 2008 3. Burduș, E., Verboncu, I., Popa, I., Dobrin, C. – Proiect economic. Model simplificat de elaborare a strategiei unei întreprinderi , Editura Pro Universitaria, 2016 4. Caraiani, Gh. – Logistica transporturilor , Editura Universitară, București, 2008 5. Ciocîrlan, D. – Management strategic , Editura Universitară, București, 2010				

6. Ciocoiu, N.C. – **Managementul riscului. O abordare integrată**, Editura ASE, București, 2014
7. Dobrin, C., Moldoveanu, G. – **Management operațional**, Editura Pro Universitaria, 2016
8. Dumitrescu, M., Peculea, A.D. – **Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane**, Editura Economică, București, 2014
9. Istocescu, A. – **Civilizație, cultură, management. Condiționări, influențe, perspective. Ediția a doua, vol. 2**, Editura ASE, București, 2013
10. Nistoreanu, P. – **Managementul în turism servicii**, www.biblioteca-digitala.ase.ro
11. Paraschiv, V. Stegăroiu, I. – **Strategii manageriale**, Editura Pro Universitaria, 2014
12. Plumb, I., Zamfir, A., Ionescu, M., Ionescu, S. – **Reingineria serviciilor**, www.biblioteca-digitala.ase.ro.
13. Zamfir, A. – **Managementul serviciilor. Lucrare aplicativă**, Biblioteca digitală ASE

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 ce reprezintă mediul de afaceri
- Întâlniri periodice cu angajatorii în scopul corelării conținutului disciplinei și metodelor de predare cu așteptările acestora

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate	- Evaluare finală.	50 %
10.5 Seminar / Proiect	• 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. • Proiect - se vor rezolva aplicații propuse de cadrul didactic referitoare la eficientizarea firmei de servicii. Se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare - Prezentarea orală a proiectului - Chestionare orală	20% 10% 20%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul management în sectorul terțiar 2. Cunoașterea conceptelor de bază privind eficiența economică și socială a serviciilor 3. Capacitatea de a aplica programarea liniară în optimizarea planului de transport 4. După parcurgerea disciplinei, studentul trebuie să: - Calculeze structura necesarului de aprovizionat; - Cunoască elemente de organizare ergonomică a muncii în activitățile prestatoare de servicii; - Să utilizeze metodologia de stabilire a capacității firmelor de servicii.		

Data completării
17 septembrie 2018

Titular de curs,
Conf. univ. dr. Puiu Grădinaru

Titular de seminar / proiect,
Lect. univ. dr. Antoniu Maria-Eliza

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
Management comparat, 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	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management/ Economist

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei												Management comparat			
2.2 Titularul activităților de curs												Lect. univ. dr. Antoniu Maria-Eliza			
2.3 Titularul activităților de seminar												Lect. univ. dr. Antoniu Maria-Eliza			
2.4 Anul de studii		III		2.5 Semestrul		1		2.6 Tipul de evaluare		E		2.7 Regimul disciplinei		O	

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								28
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutorat								5
Examinări								3
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	94						
3.8	Total ore pe semestru	150						
3.9	Număr de credite	6						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea elementelor de management și Management internațional, discipline studiate în anul I și respectiv II
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 videoprojector
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii/laboratoare proiecte - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației prin diagnosticare și analiză SWOT – 1 PC C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 1 PC C.4. Identificarea, selectarea și utilizarea modalităților de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare – 1 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 1 PC
Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor și a normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în științele economice – 1 PC CT3. Utilizarea metodelor și tehnicilor eficiente de învățare pe tot parcursul vieții, în vederea formării și dezvoltării profesionale continue – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu aspecte teoretice ale științei managementului în contexte naționale diverse, cu procesele și relațiile de management într-o abordare comparativă
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> Cunoașterea elementelor teoretico-metodologice ale managementului comparat Înțelegerea necesității abordării manageriale comparative; Identificarea asemănarilor și deosebirilor de natură managerială care determină anumite evoluții în contexte culturale specifice Înțelegerea realităților concrete și tendințelor viitoare în management, la scară națională și internațională.

	B. Obiective procedurale Capacitatea de a face comparații între diferite sisteme de management Aplicarea cunoștințelor dobândite în activitatea practică din context organizațional; Dezvoltarea aptitudinilor de analiză și evaluare a sistemelor manageriale din alte țări C. Obiective atitudinale Înțelegerea importanței managementului comparat Identificarea asemănărilor și diferențelor culturale, precum și a asemănărilor și diferențelor socio-politice între contexte naționale Dobândirea abilității de manifestare ca manager flexibil, adaptiv în contexte diferite
--	---

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Fundamentele teoretice ale managementului comparat	3	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz
2	Metodologia managementului comparat	3		
3	Managementul în Uniunea Europeană	3		
4	Managementul în Japonia	3		
5	Managementul întreprinderilor din S.U.A	3		
6	Managementul în țările din Asia (China, Taiwan, Singapore, Coreea de Sud)	3		
7	Managementul în țările arabe	3		
8	Elemente de management ale firmei în viziune transnațională	3		
9	Tendențe în managementul firmelor pe plan mondial	2		
10	Realizarea transferului internațional de know-how managerial	2		

Bibliografie

1. Adekola, A.; Sergi, Bruno S., **Global Business Management – A Cross Cultural Perspectives**, MPG Books Ltd. Uk, 2012.
2. Antoniu E., Brutu M., „**Managementul afacerilor internaționale / Management comparat – teste grilă**”, Editura SITECH, Craiova, 2011;
3. Antoniu E., „**Management comparat**”– note de curs pentru uzul studenților, material realizat în tehnologia IFR, 2017.
4. Burduș, E., „**Management comparat internațional**”, Editura Economică, București, 2011;
5. Burduș, E., „**Management comparat internațional**”, Editura PRO Universitaria, București, 2012;
6. Carmick John Mc., **Understanding The EU**, Palgrave, 6th Edition, 2011;
7. Clifford L. Mark, Pete Engardio, „**Meltdown. Asia's Boom, Bust, and Beyond**”, Prentice Hall Press, 2010;
8. Edfelt, Ralph B., „**Global Comparative Management**”, SAGE Publication Inc., 2011;
9. Koen, Carla I., „**Comparative International Management**”, McGraw Hill Education, UK, 2010;
10. Luckacs E., „**Management comparat**”, Editura Europolis, Galați, 2010;
11. Nicolescu O., „**Management comparat : Uniunea Europeană, S.U.A. și Japonia**”, ediția a VI-a, Editura Economică, București, 2011;
12. Nicolescu O., Ionescu Ghe., „**Minidicționar de management - Managementul comparat internațional**”, Editura PRO Universitaria, București, 2011;
13. Schwenker B., Dofel-Muller M., „**On good management – a corporate lifecycle**”, Springer Gabler, Wiesbaden, Germany, 2013;
14. *** „**Encyclopedia of management**”, 7th Edition, Gale Cengage Learning, U.S.A., 2010;

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor	2	- dialogul - dezbateră - lucru în echipă - conversația euristică	Studiu de caz, prezentare temă de casă, prezentare proiect
2	Prezentarea modelelor de management comparat: Rosalie Tung, John Child și abordarea lui Geert Hofstede	4		
3	Studiu despre dimensiunile valorilor și culturii românești conform abordării lui Geert Hofstede	4		
4	Adoptarea deciziilor și comunicarea în firmele japoneze și structura personalului, modul de angajare, pregătire și evaluare a personalului	3		
5	Analiza raportului dintre managementul nord american și cel japonez	4		
6	Contextul european actual și influența practicilor manageriale europene asupra managementului românesc	4		
7	Analiza comparativă a managementului resurselor umane în Statele Unite și țările europene	4		
8	Relația management-sindicate: U.E. vs. SUA., Japonia vs. SUA	3		

Bibliografie

1. Adekola, A.; Sergi, Bruno S., **Global Business Management – A Cross Cultural Perspectives**, MPG Books Ltd. Uk, 2012.

2. Antoniu E., Brutu M., „**Managementul afacerilor internaționale / Management comparat – teste grilă**”, Editura SITECH, Craiova, 2011;
3. Burduș, E., „**Management comparat internațional**”, Editura Economică, București, 2011;
4. Burduș, E., „**Management comparat internațional**”, Editura PRO Universitaria, București, 2012;
5. Carmick John Mc., „**Understanding The EU**”, *Palgrave*, 6th Edition, 2011;
6. Clifford L. Mark, Pete Engardio, „**Meltdown. Asia's Boom, Bust, and Beyond**”, Prentice Hall Press, 2010;
7. Edfelt, Ralph B., „**Global Comparative Management**”, SAGE Publication Inc., 2011;
8. Gilgin R., „**The Challenge of Global Capitalism. The World Economy in the 21st Century**”, Princeton University Press 2009;
9. Hofstede, G., „**Managementul structurilor multiculturale**”, Editura Economică, București, 1996;
10. Kono T., Clegg S., „**Trends in Japanese Management – Continuing Strengths, Current Problems and Changing Priorities**”, Palgrave Macmillan, 2012;
11. Trompenaer F., Coebergh P. H., „**100+ Management Models – how to understand and apply the world most powerful business tools**”, Infinite Ideas Limited, Oxford, UK, 2014;
12. Luckacs E., „**Management comparat**”, Editura Europolis, Galați, 2010;
13. Nicolescu O., „**Management comparat : Uniunea Europeană, S.U.A. și Japonia**”, ediția a VI-a, Editura Economică, București, 2011;

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare finală (scris).	50 %
10.5 Seminar	-participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă și a proiectului	- Expunerea liberă a studentului; -Prezentarea orală a temei de casă; - Prezentarea orală a proiectului;	10% 20% 20%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific specific managementului comparat 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei Management comparat 3. Cunoașterea principalelor particularități ale managementului în diferite țări din U.E., Japonia și S.U.A.		

Data completării
16 septembrie 2018

Titular de curs,
Lect. univ. dr. Maria-Eliza Antoniu

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Maria-Eliza Antoniu

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
Management strategic, 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	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management/ Economist

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei												Management strategic											
2.2 Titularul activităților de curs												Lect. univ. dr. Sinisi Crenguța Ileana											
2.3 Titularul activităților de seminar												Lect. univ. dr. Sinisi Crenguța Ileana											
2.4 Anul de studii				III		2.5 Semestrul				1		2.6 Tipul de evaluare				E		2.7 Regimul disciplinei				O	

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								28
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								3
3.7	Total ore studiu individual	83						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea noțiunilor de bază de Management și Marketing studiate în anul I.
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației prin diagnosticare și analiză SWOT – 1 PC C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 1 PC C.3. Elaborarea și implementarea sistemului managerial și a subsistemelor sale (alocare și realocare de resurse și activități) – 1 PC C.4. Identificarea, selectarea și utilizarea modalităților de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare – 1 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1	Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu conceptele specifice managementului strategic
7.2	Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive - Cunoașterea noțiunilor de management strategic, necesitatea și rolul strategiei, definirea strategiei, tipuri de strategii, creativitatea și inovarea, etc. - Înțelegerea rolului strategiei, a politicilor, alianțelor strategice, intrarea pe o nouă piață, apelarea la o nouă materie primă - Cunoașterea proceselor și activităților necesare reorganizării unei firme B. Obiective procedurale - Explicarea unor situații concrete specifice managementului strategic - Capacitatea de a pune în conexiune disciplina "Management Strategic" cu alte discipline din domeniul aferent

	▪ Interpretare a situației generale sau specifice în domeniul managementului strategic ▪ Capacitatea de a explica etapele obținerii strategiei <u>C. Obiective atitudinale</u> ▪ Capacitatea de a lucra în echipă ▪ Cultivarea unor atitudini constructive în contextul managementului strategic ▪ Încurajarea unui comportament moral la nivel de parteneriate
--	---

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de lucru	Observații Resurse folosite
1	Strategia și managementul strategic al organizației 1.1. Strategia organizației 1.2. Conceptul de strategie 1.3. Componentele strategiei	3	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ exemplificarea ▪ exercițiul ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz
2	Determinanții contextuali (exogeni) ai strategiei Determinanții interni (endogeni) ai strategiei	3		
3	Deținătorii de interese și strategia organizației Implicarea deținătorilor de interese în realizarea cu succes a strategiei organizației	3		
4	Managementul strategic al organizației 4.1. Definirea managementului strategic 4.2. Procesul managementului strategic 4.3. Avantaje ale managementului strategic	3		
5	Limite ale managementului strategic	2		
6	Modele specifice managementului strategic 6.1. Modelul G. Hofer și D. Schendel 6.2. Modelul J.A. Pearce II și R.B. Robinson 6.3. Modelul LCAG al școlii de la Harvard	3		
7	Modele specifice managementului strategic 7.1. Modelul K. Andrews 7.2. Modelul M.J. Stahl și D.W. Grisby 7.3. Modelul R. Daft	3		
8	Modele specifice managementului strategic 8.1. Modelul B. Gluck, W. Kaufman, A. Walleck 8.2. Modelul J. Carles 8.3. Modelul P. G. Holland și L. W. Rue	3		
9	Particularități ale utilizării modelelor strategice pentru organizațiile din România Decizii strategice	2		
10	Modele ale procesului de decizie strategică	3		

Bibliografie

1. CIOCOIU CARMEN NADIA, **Managementul riscului. O abordare integrată**, Editura A.S.E., București, 2014
2. CONSTANTINESCU D. A. și colectiv, **Management strategic**, București, Colecția Națională, 2000
3. DALOTA MARIUS-DAN, **Managementul strategic al firmei**, Editura Pro Universitaria, 2016
4. DOINIȚA CIOCÎRLAN, **Managementul strategic**, Editura Universitară, 2010.
5. DUMITRESCU MIHAIL; DUMITRESCU-PECULEA ADELINA - **Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane**, Editura Economică, București, 2014
6. STEWART M., **Regulile Marthei - 10 reguli esențiale pentru atingerea succesului atunci când începeți, construiți sau administrați o afacere**, Editura Curtea Veche, 2007
7. TELLIER Y., ROVENTA-FRUMUȘANI D., **Resurse umane și dezvoltare organizațională**
8. TOMESCU (SINISI) Crenguța Ileana, **Managementul strategic - suport de curs pentru învățământul frecvență redusă**, Editura Universității din Pitești, 2010

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor și a proiectului	2	- dialogul - dezbateră - lucru în echipă - conversația euristică	Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
2	Locul și rolul strategiei în cadrul firmei	2		
3	Modelul O. Nicolescu. Exemple	2		
4	Modelul S. Oréal. Exemple	2		
5	Modelul A. Desremaux. Exemple	2		
6	Studiu de caz- Strategia în cadrul organizației. Prezentarea primei părți a proiectului.	2		
7	Planul strategic în cadrul organizației. Prezentarea părții a doua a proiectului.	2		

Bibliografie

1. CONSTANTINESCU D. A. și colectiv, **Management strategic**, București, Colecția Națională, 2000
2. DALOTA MARIUS-DAN, **Managementul strategic al firmei**, Editura Pro Universitaria, 2016
3. DOINIȚA CIOCÎRLAN, **Managementul strategic**, Editura Universitară, 2010.

4. STEWART M., **Regulile Marthei - 10 reguli esențiale pentru atingerea succesului atunci când începeți, construiți sau administrați o afacere**, Editura Curtea Veche, 2007
5. TELLIER Y., ROVENTA-FRUMUȘANI D., **Resurse umane și dezvoltare organizațională**
6. TOMESCU (SINISI) Crenguța Ileana, **Managementul strategic - suport de curs pentru învățământul frecvență redusă**, Editura Universității din Pitești, 2010

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 managementului
- 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 scrisă în timpul semestrului; - Evaluare finală.	20 % 50%
10.5 Seminar	-participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă.	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog. -Prezentarea orală a temei de casă; -Chestionare orală.	20% 10%
10.6 Standard minim de performanță	- Cunoașterea și capacitatea de a aplica pe o firmă principalele modele de management strategic studiate.		

Data completării
15 septembrie 2018

Titular de curs,
Lect. univ. dr. Crenguța Ileana SINISI

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Crenguța Ileana SINISI

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
Logistica, 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	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management/ Economist

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei												Logistica			
2.2 Titularul activităților de curs												Lect. univ. dr. Jianu Elena			
2.3 Titularul activităților de seminar												Lect. univ.dr. Sinisi Crenguța			
2.4 Anul de studii		III		2.5 Semestrul		1		2.6 Tipul de evaluare		V		2.7 Regimul disciplinei		O	

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								14
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								20
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								3
3.7	Total ore studiu individual	69						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 2 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 2 PC C.6. Utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe în aplicarea metodelor, tehnicilor și procedurilor manageriale – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu conceptul de logistică
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive - cunoașterea și abordarea într-o viziune sistemică a celor mai importante aspecte privind logistica; - axarea problematicei logisticii pe oportunitatea economică, element specific determinat pentru crearea și dezvoltarea lor; - înțelegerea rolului logisticii în economia de piață B. Obiective procedurale - Însușirea noțiunilor și cunoștințelor necesare înțelegerii mecanismelor și proceselor specifice activității logistice; - dobândirea cunoștințelor necesare înțelegerii relațiilor existente între mecanismele și procesele specifice logisticii și distribuției mărfurilor și celelalte activități desfășurate

	în cadrul unei firme în scopul realizării unei activități de management eficiente. ▪ Cunoașterea modului de organizare a activităților de aprovizionare, transport, manipulare și depozitare în cadrul unei firme <u>C. Obiective atitudinale</u> ▪ Capacitatea de a lucra în echipă ▪ Cultivarea unor atitudini constructive în contexte organizaționale variate
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Bazele logisticii	2	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ exemplificarea ▪ dezbaterile 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	Organizarea structurală a aprovizionării	2		
3	Formele de aprovizionare	2		
4	Transporturile de materii prime și material	2		
5	Tipuri de transport	2		
6	Tehnologii moderne de transport	2		
7	Conținutul, rolul și funcțiile distribuției marfurilor	2		
8	Elaborarea unei strategii a canalului de distribuție	2		
9	Funcțiile și amplasarea depozitelor	2		
10	Tipuri de depozite și amenajarea interioară	2		
11	Rolul și factorii stocurilor de marfuri	2		
12	Indicatori și particularități ai gestiunii stocurilor	2		
13	Locul serviciilor în contextul actual	2		
14	Tipologia serviciilor comerciale	2		
Bibliografie				
1. Balogh Petru, Logistica și distribuția mărfurilor – note curs format electronic 2011				
2. Bălan Carmen, Logistica, Editura Uranus, București, 2006				
3. Bărbulescu G., Beizadea E. s.a. – Expertiza calitatii marfurilor de import export, Ed. Muntenia, Constanta, 2007 ;				
4. Blythe, Jim, Managementul vânzărilor și al clienților cheie, Editura Codecs, 2005.				
5. Chira Robert, <i>Logistica marfurilor</i> , Vol. I și Vol. II, Editura Pro Universitaria, 2016				
6. GHIANI, G., LAPORTE, G., MUSMANO, R.: Introduction to Logistics Systems Planning and Control, John Wiley & Sons, 2014				
7. Patriche Iulian, <i>Canale de distribuție și logistică</i> , Editura Prouniversitaria, București, 2012				
8. Udrescu M., Popescu-Cruceanu A., <i>Logistica și subsistemele logistice</i> , Editura Triatonic, București, 2011				
9. Waters, C. D. J.: Logistics : An Introduction To Supply Chain Management, Palgrave Macmillan, 2012				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Formularea problemei decizionale de amplasare. Criterii de amplasare. (2 ore)	2	- dialogul - dezbateri - lucru în echipa - conversația euristică	Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
2	Evaluarea și alegerea furnizorilor	2		
3	Aprovizionarea pe baza de comandă/contract	2		
4	Recepția produselor aprovizionate	2		
5	Particularitățile logisticii transportului de marfuri și modurile de transport	2		
6	Prezentarea bazei logistice și analiza transportului de marfuri	2		
7	Aplicații Transportul intern	2		
8	Distribuția fizică	2		
9	Selectia canalului de distribuție	2		
10	Comercializarea marfurilor în vrac, sortare și grupare a marfurilor în vederea expedierii lor la beneficiari	2		
11	Ambalarea și etichetarea	2		
12	Caracterizarea și evidența stocurilor	2		
13	Organizarea și analiza stocurilor	2		
14	Verificare	2		
Bibliografie:				
1. Balogh Petru, Logistica și distribuția mărfurilor – note curs format electronic 2011				
2. Bălan Carmen, Logistica, Editura Uranus, București, 2006				
3. Blythe, Jim, Managementul vânzărilor și al clienților cheie, Editura Codecs, 2005.				
4. Chira Robert, <i>Logistica marfurilor</i> , Vol. I și Vol. II, Editura Pro Universitaria, 2016				
5. Patriche Iulian, <i>Canale de distribuție și logistică</i> , Editura Prouniversitaria, București, 2012				
6. Udrescu M., Popescu-Cruceanu A., <i>Logistica și subsistemele logistice</i> , Editura Triatonic, Bucuresti. 2011				

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și completitudinea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate;	Evaluare scrisă în timpul semestrului; Evaluare finală.	30 % 10%
10.5 Seminar	-participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă.	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog. -Prezentarea orală a temei de casă; -Chestionare orală.	10% 50%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea noțiunii de logistica, înțelegerea procesului și însușirea principalelor activități specifice logisticii		

Data completării
17 septembrie 2018

Titular de curs,
Lect. univ. dr. Jianu Elena

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Sinisi Crenguța

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
Tehnici de vânzare, 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	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management/ Economist

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei					Tehnici de vânzare						
2.2 Titularul activităților de curs					Conf. univ. dr. Brutu Mădălina						
2.3 Titularul activităților de seminar					Conf. univ. dr. Brutu Mădălina						
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	2	3.2	din care curs	1	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	28	3.5	din care curs	14	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie								21
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								10
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								10
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	47						
3.8	Total ore pe semestru	75						
3.9	Număr de credite	3						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii/laboratoare proiecte - Susținerea testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației prin diagnosticare și analiză SWOT – 1 PC C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 1 PC C.6. Utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe în aplicarea metodelor, tehnicilor și procedurilor manageriale – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu procesul de vânzare și cu principalele tehnici de vânzare
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Înțelegerea conceptului de vânzare. 2. Deprinderea procesului de vânzare 3. Cunoașterea tehnicilor promoționale 4. Asumarea corectă a noțiunii de forță de vânzare – managementul operațional al vânzărilor <u>B. Obiective procedurale</u> 1. Corelarea unor experiențe profesionale cu unele teorii din domeniul vânzărilor. 2. Identificarea unor situații concrete de aplicare a tehnicilor de vânzări. 3. Identificarea principalelor strategii de vânzări.

	C. Obiective atitudinale 1. Respectarea normelor de deontologie ale profesiilor de agent de vânzare, reprezentat zonal, director de vânzări 2. Cooperarea în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor sarcini de serviciu; 3. Utilizarea unor metode specifice de elaborare a unui plan de dezvoltare personală și profesională
--	---

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Activitatea de vânzare din cadrul organizațiilor: definire, poziționare și rol 1.1. Definirea activității de vânzare 1.2. Poziționarea și rolul activității de vânzare în cadrul activității firmei	2	• prelegerea • conversația euristică • 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	Importanța activității de vânzare în determinarea competitivității organizațiilor 2.1. Aspecte generale privind competitivitatea firmei 2.2. Mediul competitiv al organizațiilor	2		
3	Activitatea promoțională - suport al activității de vânzare 3.1. Publicitatea 3.2. Promovarea vânzărilor 3.3. Manifestările promoționale 3.4. Relațiile publice 3.5. Utilizarea mărcilor 3.6. Forțele de vânzare	2		
4	Tipurile de vânzări 4.1. Clasificarea tipurilor de vânzări după Derek Newton 4.2. Clasificarea modernă a tipurilor de vânzări, propusă de mai mulți autori printre care și Donaldson	2		
5	Procesul de vânzare 5.1. Etapele procesului de vânzare 5.2. Prospectarea și pregătirea pentru prezentare 5.3. Inițierea comunicării și identificarea nevoilor 5.4. Prezentarea în scopul vânzării și negocierea și soluționarea obiecțiilor 5.5.Încheierea vânzării (tranzacției)	3		
6	Rolul și obiectivele și structura forțelor de vânzare 6.1. Rolul forțelor de vânzare 6.2. Obiectivele forțelor de vânzare 6.3. Structura forțelor de vânzare	3		
Bibliografie				
1. Baudier M., Coaching-ul agenților de vânzări , Editura CH Beck, București, 2009				
2. Brutu M., Managementul Vânzărilor , Editura Sitech, Craiova, 2009				
3. Brutu M., Tehnici de vânzări – manual universitar pentru învățământ frecvență redusă , Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010				
4. Brutu M., Tehnici de vânzare: fundamente teoretice, teste grilă, aplicații și studii de caz – manual universitar pentru învățământ frecvență redusă , Editura Universității din Pitești, Pitești, 2016				
5. Cambers P., Managementul vânzărilor , Editura Irecson, București, 2010				
6. Draghici C., Managementul vânzării , Editura Sitech, Craiova, 2009				
7. Fox A., Supertehnici de comunicare , Editura Curtea veche, 2014				
8. Mihaî D., Brutu M., Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă , Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014				
9. Nelson B., 1001 de moduri de a-ti recompensa angajații , Editura Litera, 2013				
10. Preville Y., Gestiunea forțelor de vânzare , Editura CH Beck., București, 2009				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor de casă	2	- dialogul - dezbateră - lucru în echipa - conversația euristică	Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
2	Locul și rolul activității de vânzare în cadrul firmei	2		
3	Elementele activității de vânzare	2		
4	Tipuri de vânzare	2		
5	Procesul de vânzare	2		
6	Evaluare periodică	2		
7	Prezentare teme casă	2		
Bibliografie				
1. Baudier M., Coaching-ul agenților de vânzări , Editura CH Beck, București, 2009				
2. Brutu M., Managementul Vânzărilor , Editura Sitech, Craiova, 2009				

3. Brutu M., **Tehnici de vânzări – manual universitar pentru învățământ frecvență redusă**, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
4. Brutu M., **Tehnici de vânzare: fundamente teoretice, teste grilă, aplicații și studii de caz – manual universitar pentru învățământ frecvență redusă**, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2016
5. Cambers P., **Managementul vânzărilor**, Editura Irecson, București, 2010
6. Draghici C., **Managementul vânzării**, Editura Sitech, Craiova, 2009
7. Fox A., **Supertehnici de comunicare**, Editura Curtea veche, 2014
8. Mihai D., Brutu M., **Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă**, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014
9. Nelson B., **1001 de moduri de a-ti recompensa angajații**, Editura Litera, 2013
10. Preville Y., **Gestiunea forțelor de vânzare**, Editura CH Beck., București, 2009

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 vânzărilor
- Întâlniri periodice cu angajatorii în scopul corelării conținutului disciplinei și metodelor de predare cu așteptările acestora

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare finală.	50%
10.5 Seminar	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea lucrărilor	10% 20% 20%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul vânzărilor 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Tehnici de vânzare" 3. Capacitatea de a aplica achizițiile în simularea unui proces de vânzare		

Data completării
15 septembrie 2018

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

Titular de seminar,
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

ANALIZĂ ECONOMICO - FINANCIARĂ, 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 Afacerii
1.4	Domeniul de studii	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management / Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					Analiză economico-financiară					
2.2	Titularul activităților de curs										
2.3	Titularul activităților de seminar										
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	I	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	A

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								27
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								10
Tutorat								10
Examinări								2
Alte activități								-
3.7	Total ore studiu individual			69				
3.8	Total ore pe semestru			125				
3.9	Număr de credite			5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea noțiunilor economice fundamentale de economie, contabilitate, finanțe, statistică, dobândite în anii anteriori de facultate.
4.2	De competențe	Utilizarea adecvată a cunostintelor fundamentale de teorie economică; Culegerea, prelucrarea și analiza datelor economice în cadrul organizațiilor; Utilizarea eficientă a resurselor sistemelor de calcul, de operare și ale internetului; Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	dotarea sălii de curs cu tablă și cretă / marker
5.2	De desfășurare a laboratorului	dotarea sălii de seminar cu tablă și cretă / marker, fiecare student folosește un minicalculator pentru rezolvarea calculelor necesare înregistrărilor contabile

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației prin diagnosticare și analiză SWOT – 1 PC C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 1 PC C.4. Identificarea, selectarea și utilizarea modalităților de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare – 1 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 2 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Să dezvolte capacitatea de analiză și sinteză a studenților, prin însușirea unor metode și tehnici de investigare, cuantificare și interpretare a fenomenelor și proceselor economice care reflectă activitatea entității.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Să identifice și să cunoască un sistem de indicatori economico-financiarți utilizați în analiza performanțelor și a poziției financiare a entităților economice;

	2. Să cunoască sursele informaționale pentru analiza economico-financiară; 3. Să definească și să descrie factorii care influențează indicatorii economico-financiar; 4. Să explice și să interpreteze corect complexul de cauze care influențează rezultatele activității entității și să propună măsuri pentru creșterea performanțelor; 5. Să cunoască metodologia analizei economico-financiare în vederea cuantificării influențelor factorilor care determină fenomenele economice. <u>B. Obiective procedurale</u> 1. Să utilizeze modelele de analiză esențiale pentru interpretarea indicatorilor economico-financiar; 2. Să utilizeze metodele specifice analizei economico-financiare pentru fundamentarea procesului decizional; 3. Să creeze deprinderile de a utiliza instrumentele statistico-matematice în practica analizei economico-financiare pentru calculul indicatorilor și a influențelor factorilor; 4. Să dezvolte capacitatea de interpretare a informațiilor financiar – contabile. <u>C. Obiective atitudinale</u> 1. Să se familiarizeze cu rolurile specifice muncii în echipă și să coopereze în activitățile specifice pentru rezolvarea diferitelor teme de casă și studii de caz; 2. Să dezvolte un raționament științific adecvat și corect fundamentat pentru a interpreta și sintetiza activitatea entității.
--	---

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Bazele teoretice și metodologice ale analizei economico-financiare; Analiza economico – financiară : necesitate, conținut, tipuri, obiective, surse informaționale	2	Prelegerea, explicația, descrierea, exercițiul;	Studentii vor fi informați cu privire la criteriile de evaluare si vor primi o bibliografie minimala cu ajutorul careia vor realiza temele de casa; Expunerea cu material suport, Studiul de caz.
2	Metode și tehnici utilizate în analiza economico-financiară	2		
3	Analiza diagnostic a activității de producție și comercializare: Analiza cifrei de afaceri. Particularități ale cifrei de afaceri în turism; Analiza producției exercițiului	3		
4	Analiza marjei comerciale; Analiza valorii Adăugate	2		
5	Analiza gestiunii resurselor umane: Analiza asigurării cu personal din punct de vedere cantitativ, structural și calitativ;	3		
6	Analiza productivității muncii și a consecințelor sale economico-financiare	2		
7	Analiza cheltuielilor Analiza cheltuielilor la 1000 lei venituri	3		
8	Analiza cheltuielilor cu personalul Analiza cheltuielilor financiare	3		
9	Analiza rentabilității Analiza dinamicii și structurii rezultatelor pe baza soldurilor intermediare de gestiune Analiza structurală și factorială a profitului	3		
10	Analiza ratelor de rentabilitate Analiza rentabilității pe baza pragului de rentabilitate	2		
11	Analiza poziției financiare pe baza bilanțului Analiza dinamicii și structurii activelor Analiza dinamicii și structurii pasivelor (datoriilor și capitalurilor proprii) Analiza echilibrului financiar	3		
Bibliografie 1. D. Bondoc, Analiza performanțelor întreprinderii, Editura Sitech, 2014; 2. M. Gădoiu, <i>Perfecționarea diagnosticului financiar</i> , Ed.Universitară, București, 2015 3. I.Pană, D. Bondoc, M. Țaicu, <i>Analiză economico-financiară. Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă</i> , Editura Universității din Pitești, 2009 4. S. Petrescu, <i>Analiză și diagnostic financiar-contabil. Ghid teoretico-aplicativ</i> , Ed. CECCAR, București, ediția a III-a, 2010 5. V. Robu, I. Anghel. E. C. Șerban, Analiza economico-financiară a firmei, Editura Economică, 2014				
8.2. Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Metode și tehnici utilizate în analiza economico-financiară	3	Explicatii, exercitii, dezbateri	Se precizează criteriile evaluare Studiul de caz

2	Analiza diagnostic a activității de producție și comercializare Analiza producției exercitiului	2	Explicații, exercitii, dezbateri	Studiul de caz
3	Analiza diagnostic a activității de producție și comercializare Analiza cifrei de afaceri	3	Explicații, exercitii, dezbateri	Studiul de caz
4	Analiza diagnostic a activității de producție și comercializare Analiza valorii adăugate	3	Explicații, exercitii, dezbateri	Studiul de caz
5	Analiza gestiunii resurselor umane	3	Explicații, exercitii, dezbateri	Studiul de caz
6	Analiza productivității muncii	3	Explicații, exercitii, dezbateri	Studiul de caz
7	Analiza cheltuielilor la 1000 lei venituri	2	Explicații, exercitii, dezbateri	Lucrare de control Studiul de caz
8	Analiza cheltuielilor cu personalul și analiza cheltuielilor financiare	2	Explicații, exercitii, dezbateri	Lucrare de control Studiul de caz
8	Analiza rezultatului brut	2	Explicații, exercitii, dezbateri	Studiul de caz
9	Analiza rentabilității	3	Explicații, exercitii, dezbateri	Studiul de caz
10	Analiza poziției financiare pe baza bilanțului	2	Explicații, exercitii, dezbateri	Studiul de caz Verificarea finală

Bibliografie

1. D. Bondoc, Analiza performanțelor întreprinderii, Editura Sitech, 2014;
2. M. Gâdoiu, *Perfecționarea diagnosticului financiar*, Ed. Universitară, București, 2015
3. I. Pană, D. Bondoc, M. Țaicu, *Analiză economico-financiară. Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă*, Editura Universității din Pitești, 2009
4. S. Petrescu, *Analiză și diagnostic financiar-contabil. Ghid teoretico-aplicativ*, Ed. CECCAR, București, ediția a III-a, 2010
5. V. Robu, I. Anghel. E. C. Șerban, Analiza economico-financiară a firmei, Editura Economică, 2014

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

În vederea actualizării și îmbunătățirii conținutului disciplinei, cadrele didactice au participat la următoarele activități:

- schimb de bune practici cu colegi din alte centre universitare (București, Timișoara, Iasi, Cluj);
- workshop-uri cu participarea unor specialiști din domeniu.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Evaluare finală	Proba scrisă	10%
10.5 Seminar	Activitate seminar	Evaluarea participării studentului în timpul seminarului	30%
	Evaluare periodică	Lucrare de control	30%
	Teme de casă	Corectitudinea rezolvării temelor de casă	30%
10.6 Standard minim de performanță	0,5 puncte la evaluarea finală; 4,5 puncte acumulate din evaluarea activităților de seminar		

Data completării

Titular disciplină,

Titular seminar,

Data aprobării în Consiliul departamentului,

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

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

FIȘA DISCIPLINEI

Baze de date pentru management , 2018-2019

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina												
2.1	Denumirea disciplinei					Baze de date pentru management						
2.2	Titularul disciplină (coordonator disciplină)											
2.3	Titularul activităților de seminar											
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	I	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	A	

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care S.I.	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								23
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								20
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități (comunicare bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	69						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunpașterea noțiunilor informatice fundamentale studiate în anii anteriori de studiu
4.2	De competențe	• Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea limbajului domeniului de studiu și fundamental:concepte, principii metode,modele și teorii • Capacitatea de reprezentare și organizare a informației, stocare și securitate a datelor • Capacitatea de înțelegere și utilizare a limbajului informatic • Capacitatea de structurare și interpretare a informației • Capacitatea de gândire pragmatică și aplicativă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	Sală de curs dotată cu calculator(laptop), videoproiector și conexiune wireless
5.2	De desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	Sală de laborator dotată cu: calculatoare (licență MS Windows și MS Office), conexiune Internet și cu videoproiector; Participarea studenților la activitățile de laborator; Respectarea termenului anunțat de cadrul didactic pentru predarea proiectului

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației prin diagnosticare și analiză SWOT – 1 PC C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 1 PC C.4. Identificarea, selectarea și utilizarea modalităților de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare – 1 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 2 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Însușirea de către studenți a instrumentelor necesare proiectării și utilizării pachetelor de programe care folosesc baze de date, sub sistemul de operare Windows. Formarea capacităților de analiză a unei probleme economice și dezvoltarea abilităților de proiectare logică și fizică a bazei de date care rezolvă o problema enunțată.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Înțelegerea impactului tehnologiilor informației și a comunicațiilor (TIC) în societate, a conexiunilor dintre informatică și alte obiecte de studiu, precum și identificarea posibilităților de utilizare a SGBD-urilor în disciplinele specializării de bază; 2. Prezentarea principiilor de organizare și exploatare a bazelor de date 3. Cunoașterea și aprofundarea elementelor fundamentale și de detaliu în ce privește lucrul cu bazele de date. 4. Cunoașterea limbajului SQL, cel mai frecvent utilizat limbaj de management al bazelor de date relationale; <u>B. Obiective procedurale</u> 1. Utilizarea sistemului de gestiune a bazelor de date Access 2. Folosirea facilităților SGBD-ului Access în rezolvarea unor aplicații software propuse, din domeniul management; 3. Utilizarea adecvată de criterii și metode de selectare și evaluare, pentru a aprecia calitatea, meritele și limitele unor sisteme informatice specifice domeniului management; 4. Elaborarea unor teme de casă prin care sunt valorificate abilitățile de proiectare și utilizarea a bazelor de date relationale <u>C. Obiective atitudinale</u> 1. Respectarea normelor de etică și deontologie informatică fundamentate pe principiile autonomiei informaționale, confidențialității, transparenței, relevanței; 2. Familiarizarea cu rolurile specifice din rețeaua unei echipe și cooperarea în activitățile specifice sau munca în echipă pentru rezolvarea diferitelor teme de casă și referate; 3. Utilizarea unor metode specifice de elaborare a unui plan de dezvoltare personală și profesională, alături de conștientizarea nevoii de formare continuă care să includă educația managerială.

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Noțiuni introductive despre modalitățile de organizare a datelor în aplicații: organizarea datelor în fișiere clasice; organizarea datelor în baze de date	2	Prelegere, dezbateri și expunere la tablă	Studentii au acces la suportul de curs și în format electronic care facilitează învățarea graduală și structurată. Prezentare folosind calculator și videoproiector
2	Sisteme de gestiune a bazelor de date: modelul ierarhic; modelul rețea; modelul relațional	2		
3	Descrierea modelului relațional: elemente definitorii, caracteristici; proiectarea unei baze de date relaționale	2		
4	Sistemul de gestiune a bazelor de date ACCESS: obiectele Acces de rang superior; fereastra DATABASE	2		
5	Proiectare tabelor în Access: stările unei tabeli; proiectarea(Design) tabelor; câmpurile tabeli; numele câmpurilor; tipurile de date ale câmpurilor; proprietățile câmpurilor; proprietatea LookUp; cheia primară (principală); proprietățile tabeli.	2		
6	Relații: domeniul de valabilitate al relațiilor; relațiile permanente; relațiile temporare; proprietățile unei relații; tipul relației;integritatea referențială;tipul de legătură al unei relații.	2		
7	Interogarea bazelor de date ACCESS: tipuri de interogări; limbajul SQL – interogarea si actualizarea BD	2		
8	Proiectarea cererilor de selecție: Select Query; Crosstab Query; Union Query	2		
9	Proiectarea cererilor acțiune: Update Query; Delete Query; Append Query; Make-Table Query	2		
10	Crearea de macrocomenzi in ACCESS: macrocomenzi speciale	2		
11	Proiectarea si realizarea formularelor ACCESS: formulare de introducere și editare, formulare grafice	2		
12	Prezentarea controalelor utilizate în formulare: butoane de comandă, casete de text, grupuri de optiuni, instrumente grafice	2		
13	Proiectarea si realizarea rapoartelor ACCESS	2		
14	Studii de caz privind proiectarea și exploatarea unei baze de date în procesul managerial	2		
Bibliografie				

1. Șerbănescu, L., Baze de date. Fundamente teoretice, teste grila, aplicații și studii de caz Editura Universității din Pitești, 2016
2. Teodorescu, A., Lectii de Access, Editura Albastra, editie revizuita 2011
3. Preda, Ana-Maria, Informatica aplicata in economie - Baze de date si sisteme de gestiune a bazelor de date, Editura Didactica si Pedagogica, 2009
4. Șerbănescu, L., Baze de date –curs pentru IFR, Editura Universității din Pitești, 2012
5. Șerbănescu, L., Baze de date –suport de curs pentru IFR (suport electronic), 2017

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Proiectarea modelului Entitate-Asociere: realizarea unor modele ale unor obiecte sau fenomene din lumea reală; organizarea datelor în fișiere clasice; organizarea datelor în baze de date	2	- dialogul - lucrul în echipe - exercițiul - studiul de caz - testarea - consultații (tutorat)	În cadrul primei întâlniri se stabilesc obligațiile de laborator ale studenților și se precizează criteriile utilizate în evaluarea rezultatelor învățării. La rezolvarea studiilor de caz se vor utiliza calculatoare. La ultimul laborator se va susține un proiect.
2	Proiectarea modelului relațional	2		
3	Aplicarea principiilor de normalizare a bazelor de date: extragerea dintr-o tabelă a informațiilor care se repetă, construirea relațiilor între tabele, schema unei baze de date	2		
4	Prezentarea SGBD-ului Access: crearea, deschiderea, protejarea unei baze de date Access, proprietățile obiecte de rang superior	2		
5	Crearea tabelelor Access: tipuri de date, proprietăți ale câmpurilor, stabilirea cheii primare simple și compuse	2		
6	Relaționarea bazei de date: exemplificarea relațiilor one-to-many, many-to-many, one-to-one	2		
7	Stabilirea integrității referențiale: proprietate Cascade Update Related Field, exemple, proprietatea Cascade Delete Related Record, exemple	2		
8	Interogări de selecție: crearea unei interogări de selecție, sortarea și filtrarea datelor extrase, lucrul cu parametrii, interogări cu clauza TOTALS, vizualizarea și interpretarea interogărilor SELECT, CROSSTAB și UNION	2		
9	Interogări de acțiune: efectele de modificare a structurii și conținutului BD, cu păstrarea integrității și consistenței acestora, modalități de creare și utilizare a interogărilor de acțiune, vizualizarea și interpretarea interogărilor APPEND, DELETE, UPDATE	2		
10	Crearea și utilizarea macro-comenzilor: gruparea acțiunilor în macrocomenzi, macrocomanda Autokeys, macrocomanda Autoexec	2		
11	Crearea și utilizarea formularelor: construirea formularelor pe bază de interogări și de macrocomenzi, modificări în modul Design View	2		
12	Proiectarea interfeței utilizator prin inserarea controalelor specifice: butoane de comandă, casete de text, grupuri de opțiuni, instrumente grafice	2		
13	Crearea și utilizarea rapoartelor: construirea rapoartelor pe bază de interogări, modificări în modul Design View, rapoarte grafice	2		
14	Proiectarea unei aplicații manageriale prin utilizarea bazelor de date la nivel de grupuri de studenți	2		

Bibliografie

1. Șerbănescu, L., Baze de date. Fundamente teoretice, teste grila, aplicații și studii de caz Editura Universității din Pitești, 2016
2. Teodorescu, A., Lectii de Access, Editura Albastra, editie revizuita 2011
3. Preda, Ana-Maria, Informatica aplicata in economie - Baze de date si sisteme de gestiune a bazelor de date, Editura Didactica si Pedagogica, 2009
4. Șerbănescu, L., Baze de date –curs pentru IFR, Editura Universității din Pitești, 2012
5. Șerbănescu, L., Baze de date –suport de curs pentru IFR (suport electronic), 2017

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

Corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor teoretice și a aplicațiilor practice însușite la nivelul disciplinei sunt în concordanță cu ceea ce se face în alte centre universitare din țară și din străinătate. Competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniul economic. Universitatea din Pitești evaluează periodic gradul de satisfacție al reprezentanților angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenți.

10. Evaluare

10. Evaluare			
Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 SI (curs)	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare scrisă în timpul semestrului - Evaluare finală.	30 % 10%
10.5 Seminar / Laborator	• Participarea activă a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz. • Tema de casă - Participarea individual sau în echipă la realizarea și prezentarea unui proiect(proba practica). Se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Expunerea liberă a studentului; • Chestionare orală sub formă de dialog. • Corectarea proiectului și chestionare orală	30% 30%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea informațiilor utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul informatic 2. Cunoașterea conceptelor de bază privind sistemele de gestiune a bazelor de date 3. Capacitatea de a proiecta baze de date relaționale		

Data completării

Titular disciplină,

Titular seminar,

Data aprobării în Consiliul departamentului.

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Management internațional, 2018-2019

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei					Management internațional						
2.2 Titularul activităților de curs					Conf. univ. dr. Mădălina BRUTU						
2.3 Titularul activităților de seminar					Conf. univ. dr. Mădălina BRUTU						
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	I	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	A

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								Ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								18
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități								2
3.7	Total ore studiu individual	69						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea elementelor de management general și marketing, discipline studiate în anul I.
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu video-proiector
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Susținerea testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației prin diagnosticare și analiză SWOT – 1 PC C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 1 PC C.4. Identificarea, selectarea și utilizarea modalităților de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare – 1 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 2 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu afacerilor internaționale, mai exact cu instrumentele de gestionare și conducere a acestora.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Înțelegerea conceptului de management internațional și delimitarea corectă de managementul comparat. 2. Identificarea mecanismelor de internaționalizare a afacerilor. 3. Crearea de deprinderi în luarea deciziei în context internațional 4. Însușirea modalității de elaborare și implementare a strategiei 5. Cunoașterea modului de structurare organizatorică a firmelor internaționale. 6. Identificarea specificului în MRU în context internațional 7. Deprinderi în elaborarea unui cod de etică

	B. Obiective procedurale 1. Corelarea unor experiențe profesionale cu unele teorii manageriale specifice domeniului internațional. 2. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor managementului internațional. 3. Identificarea unor situații concrete de internaționalizare a firmelor. 4. Identificarea principalelor strategii de internaționalizare. C. Obiective atitudinale 1. Respectarea normelor de deontologie ale profesiei de economist 2. Cooperarea în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor sarcini de serviciu; 3. Utilizarea unor metode specifice de elaborare a unui plan de dezvoltare personală și profesională
--	---

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	1. Managementului internațional – parte a științei managementului 1.1. Evoluția conceptului management 1.2. Caracteristici esențiale ale științei managementului 1.3. Definirea managementului internațional în context multicultural.	3	- prelegerea - dezbateră cu oponent - organizatorul - imagină - grafic	Prezentarea în power –point
2	2. Mecanisme și instrumente de planificare în companiile multinaționale 2.1. Componentele planificării strategice 2.1.1. Viziunea și misiune firmei 2.1.2. Obiectivele fundamentale (strategice) 2.1.3. Opțiunile strategice 2.1.4. Resursele 2.1.5. Termenele 2.1.6. Avantajul competitiv 2.2. Analiza SWOT - instrumente utilizate în planificarea strategică a companiilor multinaționale 2.2.1. Prezentarea teoretică a analizei SWOT 2.2.2. Implicarea analizei SWOT în planificarea strategică 2.2.3. Procesul de aplicare al analizei	3		
3.	3. Soluții de organizare în managementul internațional 3.1. Rolul, importanța și formele de bază ale organizării structurale 3.2. Posibilități de organizare în managementul internațional 3.2.1. Structura organizatorică cu un departament de export 3.2.2. Structura organizatorică cu un departament de relații internaționale 3.2.3. Structura organizatorică globală pe produs 3.2.4. Structura organizatorică globală geografică 3.2.5. Structura organizatorică globală funcțională 3.2.5. Structuri organizatorice globale mixte	3		
4.	4. Controlul în companiile multinaționale 4.1. Importanța și rolul controlului în afacerile internaționale 4.2. Etapele procesului de control 4.3. Tipurile de control în afacerile internaționale	3		
5.	5. Vânzarea pe piețele internaționale 5.1. Specificul vânzării pe piețele internaționale 5.2. Forme de organizare a activității de vânzare internațională	2		
6.	6. Managementul resurselor umane în firme cu activitate internațională - componente și relații, analiza și proiectarea posturilor 6.1. Managementul resurselor umane – componente și relații 6.2. Analiza și proiectarea posturilor	2		
7.	7. Managementul resurselor umane în firme cu activitate internațională - recrutarea personalului în cadru internațional 7.1. Recrutarea personalului în cadru internațional	3		
8.	8. Managementul resurselor umane în firme cu activitate internațională - pregătirea și perfecționarea resurselor umane - tendințe și orientări înregistrate pe plan internațional 8.1. Pregătirea și perfecționarea resurselor umane - tendințe și orientări înregistrate pe plan internațional	3		
9.	9. Managementul resurselor umane în firme cu activitate internațională - managementul performanțelor, evaluarea	3		

	performanțelor 9.1. Managementul performanțelor - evaluarea performanțelor			
10	10. Managementul resurselor umane în firme cu activitate internațională: menținerea și motivarea personalului – viziunea internațională 10.1. Menținerea și motivarea personalului – viziunea internațională	3		

Bibliografie

1. Androniceanu A., **Management public internațional**, Editura Universitară, București, 2010
2. Aurel Manolescu, Vorel Lefter, Alecsandrina Deaconu, Cristian-Virgil Marinas, **Managementul resurselor umane**, Editura Pro Universitaria 2012
3. Brutu M., **Management internațional – manual universitar pentru învățământ cu frecvență redusă**, (suport electronic), 2016
4. Burduș E., **Management compartat internațional**, Editura Pro Universitaria, București 2012
5. Constantin Brătianu, **Gândire strategică**, Editura Pro Universitaria 2015
6. Filip R., Iamandi I.E., **Management internațional**, suport de curs, ASE, 2012
7. Harvard Business Revi Simon Sinek, **Liderii mănâncă ultimii**, Publica 2014
8. Mihai D., Brutu M., **Management – Fundamente teoretice. Teste grilă. Aplicații**, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014
9. Mihai D., Brutu M., **Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă**, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014
10. Petrache I., **Managementul tranzacțiilor comerciale**, Editura Universitară, 2008
11. Popa I., **Management internațional**, Editura Economică, București, 2009
12. Popa I., **Tehnica operațiunilor de comerț**, Editura Economică, 2011
13. Richard Branson, **Afacerile pentru oameni**, Editura Publica, 2012

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor și a referatelor	2	- dialogul - dezbateri lucru în echipă - conversația euristică	Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
2	Global versus național	4		
3	Modalități practice de internaționalizare a afacerilor	4		
4	Model de elaborare și implementare al strategiei în afacerile internaționale	4		
5	Decizia în managementul internațional. Soluții de optimizare.	4		
6	Analiza structurilor organizatorice ale diferitelor companii multinaționale	4		
7	Tipuri de control în managementul internațional	2		
8.	Particularități ale managementului resurselor umane în context internațional	4		

Bibliografie

1. Androniceanu A., **Management public internațional**, Editura Universitară, București, 2010
2. Brutu M., **Management internațional – manual universitar pentru învățământ cu frecvență redusă**, (suport electronic), 2016
3. Brutu M., Antoniu E: **Managementul afacerilor internaționale-teste grilă**, Editura Sitech, Craiova, 2008
4. Constantin Brătianu, **Gândire strategică**, Editura Pro Universitaria 2015
5. Filip R., Iamandi I.E., **Management internațional**, suport de curs, ASE, 2012
6. Harvard Business Revi Simon Sinek, **Liderii mănâncă ultimii**, Publica 2014
7. Jack Canfield, **Principiile succesului**, ACT și Publirom, 2015
8. James M. Kouzes, Barrz Y. Posner, **Adevărul despre leadership**, BMI Consulting Grup, 2016
9. Jhon P. Kotter, **Matusushita Leadership**, Publica 2015
10. Linda A. Hill, Kent Lineback, **Excelența în management**, Litera, 2015
11. Mihai D., Brutu M., **Management – Fundamente teoretice. Teste grilă. Aplicații**, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014
12. Mihai D., Brutu M., **Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă**, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014
13. Petrache I., **Managementul tranzacțiilor comerciale**, Editura Universitară, 2008
14. Popa I., **Management internațional**, Editura Economică, București, 2009
15. Popa I., **Tehnica operațiunilor de comerț**, Editura Economică, 2011
16. Richard Branson, **Afacerile pentru oameni**, Editura Publica, 2012

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare finală.	10 %
10.5 Seminar	- participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă. - corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog. - Prezentarea orală a temei de casă; - Chestionare orală. - Evaluare scrisă în timpul semestrului;	20% 30% 40%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul managementului internațional 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Management internațional" 3. Capacitatea de a aplica achizițiile în simularea unui proces decizional specific managementului internațional 4. Nota 5 la evaluarea finală		

Data completării
12 septembrie 2018

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

Titular de seminar,
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
Analiză diagnostic și evaluarea întreprinderii, 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	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management/ Economist

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei												Analiză diagnostic și evaluarea întreprinderii																			
2.2 Titularul activităților de curs												Lect. univ. dr. Bănuță Mariana																			
2.3 Titularul activităților de seminar												Conf. univ. dr. Pîrvu Daniela																			
2.4 Anul de studii				III				2.5 Semestrul				2				2.6 Tipul de evaluare				E				2.7 Regimul disciplinei				O			

3. Timpul total estimat

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunpașterea noțiunilor economice fundamentale studiate în anii anteriori de studiu la disciplinele: Microeconomie, Bazele contabilității, Matematică aplicată în economie, Elemente de drept, Statistică economică, Bazele contabilității
4.2	De competențe	• Capacitatea de înțelegere și utilizare a limbajului domeniului de studiu și fundamental:concepte, principii metode,modele și teorii • Capacitatea de analiză, sinteză și interpretare a informației • Capacitatea de gândire inductivă și deductivă, pragmatică și aplicativă, gândirea asociativă și inferențială

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu videoproiector - Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	Dotarea sălii de seminar cu tablă / flipchart și cretă / marker; fiecare student folosește un minicalculator pentru rezolvarea studiilor de caz; participarea studenților la susținerea testului; respectarea termenului anunțat de cadrul didactic pentru predarea referatului.

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației prin diagnosticare și analiză SWOT – 1 PC C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 1 PC C.4. Identificarea, selectarea și utilizarea modalităților de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul general al disciplinei „Analiza diagnostic și evaluarea întreprinderii” este de a forma specialiști în domeniul Management, cu solide cunoștințe în domeniul analizei diagnostic și al evaluării întreprinderii.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Cunoașterea și înțelegerea conceptelor analizei-diagnostic și evaluării întreprinderii; 2. Operarea cu conceptele și pătrunderea sensului principiilor fundamentale ale analizei-diagnostic și ale evaluării întreprinderii;

	3. Explicarea și interpretarea corectă a rolului și obiectului de studiu al analizei-diagnostic și evaluării întreprinderii, identificarea și valorificarea metodelor specifice de evaluare; 4. Definirea și descrierea conceptelor, procedeele și metodelor folosite în analiza-diagnostic și în evaluarea întreprinderii și a factorilor economici, sociali și legislativi care influențează procesul de evaluare; 5. Identificarea și descrierea abordărilor utilizate în evaluare și a metodelor înscrise în fiecare abordare. B. Obiective procedurale 1. Aplicarea unor principii și metode de evaluare pentru rezolvarea de probleme/situații bine definite; 2. Utilizarea adecvată de criterii și metode standard de analiză-diagnostic și evaluare a întreprinderii; 3. Identificarea unor situații concrete de aplicare a metodelor de analiză-diagnostic și de evaluare a întreprinderii, care să permită viitorului licențiat în științe economice să analizeze prompt și să ia decizii sintetice și corecte referitoare la evaluarea diferitelor elemente patrimoniale ale întreprinderii sau a entității în ansamblul ei; 4. Elaborarea unor teme de casă profesionale cu utilizarea unor noțiuni, principii, metode consacrate în domeniul analizei-diagnostic și al evaluării întreprinderii. C. Obiective atitudinale 1. Respectarea normelor de etică și deontologie profesională specifice analiștilor financiari, managerilor și evaluatorilor autorizați; 2. Familiarizarea cu rolurile specifice din rețeaua unei echipe și cooperarea în activitățile specifice sau munca în echipă pentru rezolvarea diferitelor teme de casă și referate; 3. Utilizarea unor metode specifice de elaborare a unui plan de dezvoltare personală și profesională, alături de conștientizarea nevoii de formare continuă care să includă evaluarea întreprinderii.
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Concepte și fundamente metodologice privind activitatea de evaluare a întreprinderii Importanța și necesitatea evaluării întreprinderii Organizațiile profesionale Standarde profesionale și etice	2		
2	Procesul de evaluare. Faze și etape în realizarea unei evaluări de întreprindere Misiunea evaluatorului Ofertarea serviciului de evaluare Contractarea evaluării Execuția Organizarea activității de evaluare	2	▪ prelegerea	calculatorul (prezentarea în power – point)
3	Aspecte metodologice ale evaluării Abordări și metode de evaluare Principii de evaluare a întreprinderii	3	▪ exemplificarea	
4	Diagnosticul întreprinderii-etapă premergătoare în evaluare Diagnosticul juridic Diagnosticul comercial Diagnosticul resurselor umane Diagnosticul financiar Diagnosticul tehnic	3	▪ organizatorul grafic ▪ exercițiul	▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz
5	Abordarea prin piață Esența abordării Avantajele și dezavantajele abordării prin comparație Definirea și alegerea multiplicatorilor Procesul de evaluare prin comparație	2		
6	Abordarea bazată pe venit Esența abordării Metoda cash-flow-ului net actualizat-CFN _{act} Metoda capitalizării venitului	2		

Bibliografie

1. Ion Anghel (coordonator), Mihaela Oancea Negescu, Adrian Anica Popa, Ana Maria Popescu -*Evaluarea întreprinderii*, Editura Economică, București, 2010
2. Bănuță Mariana, *Analiza diagnostic și evaluarea întreprinderii - suport de curs pentru învățământul frecvență redusă* (pe suport electronic), 2016
3. Sorin V. Stan, Ion Anghel (coordonatori) - *Evaluarea întreprinderii*, Ediția a VIII-a revizuită, Editura Iroval, București, 2016
4. Shannon P. Pratt- *Abordarea prin piață a evaluării întreprinderilor*, traducere, Editura Iroval, 2008

5. Marin Toma - *Inițiere în evaluarea întreprinderilor*, Editura CECCAR, București, 2009
6. ANEVAR- *Standarde de evaluare a bunurilor*, București, 2016
7. ANEVAR- *Standarde de Evaluare*, ediția 2015, București, 2015
8. ANEVAR- *Ghiduri de evaluare. Ghiduri metodologice de evaluare*, București, 2012
9. www.anevar.ro

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, prezentarea temei referatului și a structurii acestuia Întreprinderea ca obiect al evaluării. Factori determinanți ai valorii întreprinderii și influența acestora	2	- dialog - exercițiu - studiu de caz - testare	În cadrul primei întâlniri se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile utilizate în evaluarea rezultatelor învățării. La rezolvarea studiilor de caz se vor utiliza minicalculatoare. La jumătatea semestrului se va susține un test de verificare.
2	Valoarea în timp a banilor Valoarea viitoare Valoarea actuală Valoarea actualizată a unui șir de anuități Capitalizarea Costul nominal și costul efectiv al capitalului	2		
3	Diagnosticul comercial - aplicații Analiza cotelor de piață ale firmelor, cotei de piață pentru fiecare produs, Analiza gestiunii clienților Analiza gestiunii furnizorilor Testare	3		
4	Diagnosticul financiar- aplicații Analiza lichidității și solvabilității întreprinderii	2		
5	Abordarea pe bază de venituri- aplicații Exemplu simplificat de evaluare a unei întreprinderi, prin metoda capitalizării profitului net	2		
6	Abordarea prin cost-aplicații Evaluarea terenurilor Evaluarea creanțelor și disponibilităților bănești	3		

Bibliografie

1. Ion Anghel (coordonator), Mihaela Oancea Negescu, Adrian Anica Popa, Ana Maria Popescu - *Evaluarea întreprinderii*, Editura Economică, București, 2010
2. Bănuță Mariana, *Analiza diagnostic și evaluarea întreprinderii - suport de curs pentru învățământul frecvență redusă* (pe suport electronic), 2016
3. Sorin V. Stan, Ion Anghel (coordonatori) - *Evaluarea întreprinderii*, Ediția a VIII-a revizuită, Editura Iroval, București, 2016
4. Shannon P. Pratt- *Abordarea prin piață a evaluării întreprinderilor*, traducere, Editura Iroval, 2008
5. Marin Toma - *Inițiere în evaluarea întreprinderilor*, Editura CECCAR, București, 2009
6. ANEVAR- *Standarde de evaluare a bunurilor*, București, 2016
7. ANEVAR- *Standarde de Evaluare*, ediția 2015, București, 2015
8. ANEVAR- *Ghiduri de evaluare. Ghiduri metodologice de evaluare*, București, 2012
9. www.anevar.ro

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

Înșușirea limbajului, standardelor, principiilor, metodelor/tehniciilor de analiza-diagnostic și de evaluare a întreprinderii, specifice acestei discipline, vor satisface așteptările reprezentanților comunității epistemice / academice din domeniul economic.

Competențele procedurale și atitudinale ce vor fi deprinse la nivelul activității practice din seminar și din studiul tematicii de casă la nivelul disciplinei „Analiza-diagnostic și evaluarea întreprinderii” vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale (ANEVAR, CECCAR, CAFR) și angajatorilor din domeniul economic/administrativ.

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;	Probă scrisă: calitatea, rigoarea, sinteza și coerența tratării subiectului teoretic abordabil în manieră explicativ-argumentativă (25%) + 2 subiecte aplicative de analiză diagnostic și evaluarea întreprinderii (25%)	50 %
10.5 Seminar	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii. • Referat – se va întocmi individual un referat cu tematica comunicată de către cadrul didactic titular. Se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Expunerea liberă a studentului, rezolvarea unor aplicații la tablă și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Corectarea referatului și răspunsurile studentului la întrebările referitoare la tema referatului	20% 10% 20%
10.6 Standard minim de performanță	Comunicarea în limbaj specific, însușit corect și capacitatea de a opera cu metode și tehnici de lucru caracteristice disciplinei studiate)		

Data completării
12 septembrie 2018

Titular de curs,
Lect. univ. dr. Bănută Mariana

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
28 septembrie 2018

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

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

FIȘA DISCIPLINEI

Simulări și proiecte de management, 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 - Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management / Economist

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina												
2.1	Denumirea disciplinei					Simulări și proiecte de management						
2.2	Titularul activităților de curs					Conf. univ. dr. Grădinaru Puiu						
2.3	Titularul activităților de proiect					Lect. univ. dr. Antoniu Maria-Eliza						
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O	

3. Timpul total estimat

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea elementelor de Management , disciplină studiată în anul I și a celor de Managementul serviciilor, materie studiată în anul III
4.2	De competențe	• Capacitatea de analiză și sinteză • Capacitatea de înțelegere și utilizare a limbajului economic • Capacitatea de a utiliza inducția și deducția • Capacitatea de structurare și interpretare a informației • Capacitatea de gândire pragmatică și aplicativă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației prin diagnosticare și analiză SWOT – 1 PC C.3. Elaborarea și implementarea sistemului managerial și a subsistemelor sale (alocare și realocare de resurse și activități) – 1 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 1 PC C.6. Utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe în aplicarea metodelor, tehnicilor și procedurilor manageriale – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Dezvoltarea capacității cursanților de a diagnostica situații economice și manageriale cu caracter concurențial, de a fundamenta și implementa decizii strategice și tactice
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Identificarea tipurilor de raționamente în procesul de luare a deciziilor 2. Operarea cu modelul de analiză diagnostic 3. Utilizarea analizei SWOT în definirea poziției strategice a companiilor 4. Selectarea informațiilor relevante pentru tabloul de bord strategic, ca atribut al managementului performant 5. Definirea corectă a obiectului de studiu al disciplinei Simulări și proiecte de management și stabilirea relațiilor pe care aceasta le are cu alte științe economice B. Obiective procedurale 1. Elaborarea unui proiect managerial în echipă la nivel de firmă și componentele sale 2. Identificarea unor situații concrete de aplicare a simulărilor de management în analiza și cercetarea fenomenului real 3. Folosirea teoriilor pedagogice pentru elaborarea unui stil de învățare eficient 4. Utilizarea unor metode de autoevaluare a propriei activități de învățare C. Obiective atitudinale 1. Respectarea normelor de deontologie profesională (a codului deontologic al profesorului), fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în științele economice 2. Cooperarea în echipe de lucru pentru întocmirea temelor de casă; 3. Utilizarea unor metode specifice de elaborare a unui plan de dezvoltare personală și profesională

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Procesul decizional 1.1 Structura procesului decizional 1.2 Considerații teoretice asupra deciziilor 1.3 Concepte privind tipurile de raționamente în procesele de luare a deciziilor 1.4 Breviar statistic minimal pentru evaluarea stabilității mărimilor economice 1.5 Importanța evaluării dinamicii cifrei de afaceri în procesul de luare a deciziilor	2	- prelegerea - conversația euristică - exemplificarea - organizatorul grafic - exercițiul - dezbaterile 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	Managementul informației – fundament în procesul de luare a deciziilor manageriale 2.1 Selecția informațiilor. Sistemul informațional de management 2.2 Îmbunătățirea managementului informațiilor din organizație 2.3 Tabloul de bord – suport în procesul de luare a deciziilor	1		
3	Principalele orientări decizionale în cadrul întreprinderii 3.1 Modelul firmei 3.2 Structura contului de profit și pierdere 3.3 Flexibilitatea exploatarei, condiție esențială de menținere pe piață a întreprinderilor	1		
4	Riscuri manageriale majore pentru companiile românești 4.1 Riscuri derivate din decizii manageriale referitoare la politicile salariale 4.2 Riscuri derivate din decizii manageriale referitoare la securitatea financiară a firmei 4.3 Funcția – scor decizional referitoare la riscurile majore manageriale pentru companiile românești	1		
5	Diagnosticarea firmei 5.1 Locul diagnosticării în management 5.2 Modelul de analiză diagnostic MEREUȚĂ	2		
6	Schimbările organizaționale din perspectivă decizională 6.1 Conceptul de schimbare. Tipologia schimbărilor 6.2 Factorii care influențează atitudinea individuală față de schimbări 6.3 Abordarea metodică a schimbării 6.4 Idei – cheie în managementul schimbării 6.5 Planul SCONLON	1		
7	Simularea stochastică cu tehnica Monte Carlo 7.1 Conceptul de simulare 7.2 Metoda de simulare MONTE CARLO	2		

8	Piețele din perspectivă decizională 9.1 Analiza concurenței 9.2 Poziția strategică a companiei 9.3 Sistemul informațional de marketing (SIM) 9.4 Ciclul de viață al produsului. Politicile de preț	2		
9	Managementul concurențial 10.1 Conceptele de bază în managementul concurențial 10.2 Diagnosticul în medii concurențiale	2		

Bibliografie

1. Barbu, Gh., Miroiu, M. – **Tehnici de simulare**, EduManager, 2012
2. Burduș, E., Popa, I. – **Management. Teste. Probleme. Exerciții. Studii de caz. Grile de evaluare**, Editura PROUniversitaria, București, 2013
3. Căprărescu, Gh. – **Fundamentarea strategiei microeconomice**, Editura Universitară, București, 2006
4. Cârstea, Gh. (coord.) – **Analiza strategică a mediului concurențial**, Editura Economică, București, 2012
5. Grădinaru, D., Grădinaru, P. – **Management. Abordare din perspectiva teoriei sistemelor. Teorie și modelare**, Editura Carminis, Pitești, 2014
6. Grădinaru, P. – **Simulări și proiecte de management, Suport de curs în format IFR**, 2016
7. Grădinaru, P. – **Simulări și proiecte de management. Manual universitar pentru IFR**, Editura Universității din Pitești, 2010
8. Lencioni, P. – **Cinci tentații ale unui CEO. O poveste despre leadership**, Editura Litera, București, 2015
9. Luban, Fl. – **Simulări în afaceri**, Editura ASE, București, 2010
10. Luban, Fl. – **Sisteme bazate pe cunoștințe în management**, Editura ASE, București, 2011
11. Nicolescu, O., Verboncu, I. – **Metodologii manageriale**, Editura Universitară, București, 2008
12. Rațiu-Suciu, C., Luban, Fl., Hincu, D., Ene, N. – **Modelare economică aplicată: 50 studii de caz, 525 teste**, Editura Economică, București
13. Rațiu-Suciu, C., Luban, Fl., Hincu, D., Ene, N. – **Modelarea și simularea proceselor economice**, Biblioteca digitală, ASE
14. Toma, V. – **Simulări și proiecte de management**, Editura Tehnopress, București, 2014

8.2. Aplicații: Proiect		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea proiectelor	2	Problematizare -Dezbateri -Lucrul în grup -Conversația -Abordarea euristică	Studii de caz, prezentare proiect, teste de verificare Aplicații
2	Culegerea, înregistrarea, interpretarea datelor și informațiilor la nivelul firmei	2		
3	Documentarea preliminară - Caracteristicile tipologice ale firmei investigate - Situația economico-financiară a firmei - Întocmirea și utilizarea tabloului de bord al managerului - Sistemul de management-particularități constructive și funcționale	2		
4	Analiza viabilității economice și manageriale - Analiza viabilității economice - Analiza viabilității manageriale - Analiza flexibilității exploatarei - Analiza riscurilor manageriale majore	4		
5	Evidențierea cauzală a principalelor puncte forte și slabe - Sinteză punctelor forte - Sinteză punctelor slabe	2		
6	Determinarea potențialului de viabilitate economică și managerială - Modelul de analiză diagnostic MEREUȚĂ - Diagnosticul în mediu concurențial	2		
7	Simularea cererii produselor companiei pe o perioadă de 30 de zile cu ajutorul tehnicii Monte Carlo	4		
8	Modelarea managerială a sistemului firmă pe fluxurile de personal, utilaje, materiale, energie și bani	4		
9	Analiza pieței firmei - Evaluarea dinamicii cifrei de afaceri - Analiza concurenței și a poziției strategice a companiei	2		
10	Recomandări strategico – tactice de amplificare a potențialului de viabilitate - domeniul tehnic și tehnologic - domeniul producției - domeniul comercial - domeniul economic - domeniul managerial - schimbări organizaționale care se impun	4		

Bibliografie

1. Andronie, M., Gherasim, Z., Fusaru, D. - **Simulări și proiecte de management**, Editura Fundația României de Măine, București, 2012
2. Andronie, M., Gherasim, Z., Fusaru, D. - **Sisteme informatice pentru asistarea deciziei economice**, Editura Fundația României de Măine, București, 2013
3. Ghenea, M. – **Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri**, SC Universul juridic SRL, 2014
4. Grădinaru, P. – **Simulări și proiecte de management. Manual universitar pentru IFR**, Editura Universității din Pitești, 2010
5. Nasar, S. – **Geniul economic. Extraordinara poveste a genilor care au fondat economia modernă**, Editura ALL, București, 2014
6. Onete, B., Bob, C. – **Sisteme informatice pentru afaceri. Aplicații Excel 2007**, Editura ASE, București, 2010
7. Radu, I., Vlădeanu, D. - **Fundamentarea deciziilor complexe prin metode de simulare**, Editura Economică, București, 2012
8. Rațiu-Suciu, C. – **Modelare și simulare economică. Breviar**, Editura Economică, București, 2011
9. Rațiu-Suciu, C.(coord.) – **Modelarea și simularea proceselor economice - Sinteza**, Biblioteca digitală, ASE
10. Rațiu-Suciu, C. – **Modelarea și simularea proceselor economice. Teorie și practică. Ediția a patra**, Editura Economică, București, 2010

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 ce reprezintă mediul de afaceri
- Întâlniri periodice cu angajatorii în scopul corelării conținutului disciplinei și metodelor de predare cu așteptările acestora

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate;	- Evaluare finală.	50 %
10.5 Seminar/ Proiect	• Evaluare periodică	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog.	20%
	• Proiect - se vor rezolva aplicații propuse de cadrul didactic referitoare la diagnosticarea firmei. Se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	- Prezentarea orală a proiectului - Chestionare orală	30%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul simulărilor manageriale 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Simulări și proiecte de management" 3. Capacitatea de a interpreta potențialul de viabilitate economică și managerială la nivelul firmei 4. După parcurgerea disciplinei, studentul trebuie să: - Explice și să demonstreze căile de creșterea flexibilității exploatarei; - Stabilească poziția strategică a companiei; - Interpreteze structura concurenței calculând indicatorul GINI.		

Data completării
14 septembrie 2018

Titular de curs,
Conf. univ. dr. Puiu Grădinaru

Titular de seminar/proiect,
Lect. univ. dr. Antoniu Maria-Eliza

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 resurselor umane, 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	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management/ Economist

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei													Managementul resurselor umane				
2.2 Titularul activităților de curs													Conf. univ. dr. Secară Carmen Gabriela				
2.3 Titularul activităților de seminar													Lect. univ. dr. Popescu Emilia				
2.4 Anul de studii		III		2.5 Semestrul		2		2.6 Tipul de evaluare		E		2.7 Regimul disciplinei		O			

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	<u>S</u> / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care curs	28	3.6	<u>S</u> / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutorat								3
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual	83						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Susținerea testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 1 PC C.3. Elaborarea și implementarea sistemului managerial și a subsistemelor sale (alocare și realocare de resurse și activități) – 1 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 1 PC
Competențe transversale	CT2. Cooperarea eficientă în echipe de lucru profesionale, interdisciplinare, specifice desfășurării proiectelor și programelor din domeniul științelor economice – 1 PC CT3. Utilizarea metodelor și tehnicilor eficiente de învățare pe tot parcursul vieții, în vederea formării și dezvoltării profesionale continue – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

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

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Conceptul și evoluția de resurse umane. Modele în managementul resurselor umane	4	▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz
2	Rolul și particularitățile resurselor umane în cadrul organizației	4		
3	Strategii și politici în domeniul managementului resurselor umane	2		
4	Analiza și proiectarea posturilor	4		
5	Planificarea resurselor umane	2		
6	Recrutarea și selecția resurselor umane	4		
7	Remunerarea personalului	2		
8	Managementul carierei	4		
9	Evaluarea performanțelor	2		
Bibliografie: 1. Cristian Virgil Marinaș, Irinel Marin, Elvira Nica, Ana Bogdan, Viorel Lefter (coord.), Alexandrina Deaconu (coord), Aurel Manolescu (coord) – <i>Managementul resurselor umane</i>, Ed. ProUniversitaria, București, 2013 2. Cole, G. A. – <i>Managementul personalului</i>, Editura CODECS, București, 2000 3. Dragomir, Gh., Vârzaru, M., Șchiopoiu – Burlea, A., - <i>Managementul resurselor umane</i>, Editura Universitaria, Craiova, 2010 4. Marin, I., - <i>Auditul resurselor umane</i>, Editura Economică, București, 2011 5. Secară, C., - <i>Managementul carierei în administrația publică din România</i>, Editura SITECH, Craiova, 2009 6. Secară Carmen - <i>Tendențe și practică în domeniul managementului resurselor umane</i>, Editura Sitech, Craiova, 2014 7. Secară Carmen - <i>Tendențe în managementul resurselor umane</i>, Editura Sitech, Craiova, 2013 8. Secară, C., - <i>Managementul resurselor umane – manual destinat studenților I.F.R., suport electronic</i>, 2016 9. <i>Codul muncii</i>, 2012				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor si a referatelor	2	- dialogul - dezbateră - lucru în echipa - simulare de interviu	- Materialului didactic este divizat în unități de studiu, care facilitează învățarea graduală și structurată.
2	Definirea și particularitățile managementului resurselor umane ➤ Exemple de activități ale departamentului de Resurse Umane într-o organizație; ➤ Teste-grilă de verificare a cunoștințelor	2		
3	Activități specifice departamentului de Resurse Umane în activitățile de comerț, turism și servicii	2		
4	Tipuri de strategii în domeniul resurselor umane ➤ Principalele cerințe ale politicilor din domeniul resurselor umane ➤ Elaborarea și implementarea politicilor din domeniul resurselor umane ➤ Teste-grilă de verificare a cunoștințelor	2		
5	Modele de proiectare a posturilor ➤ Abordări și metode ale definirii sau proiectării posturilor ➤ Proiectarea posturilor în cadrul S. C..... ➤ Teste-grilă de verificare a cunoștințelor	2		

6	Modele de planificare a resurselor umane ➤ Planificarea resurselor umane la S.C. Muntenia S.A.. ➤ Studiu de caz ➤ Teste - grilă de verificare a cunoștințelor	2		
7	Recrutarea și selecția resurselor umane ➤ Redactarea unui curriculum – vitae ➤ Redactarea scrisorii de intenție / motivare ➤ Prezentarea la interviul pentru angajare	2		

Bibliografie:

1. Armstrong, M., - *Managementul resurselor umane (manual de practică)*, Editura Codecs, 2003
2. Cristian Virgil Marinaș, Irinel Marin, Elvira Nica, Ana Bogdan, Viorel Lefter (coord.), Alexandrina Deaconu (coord), Aurel Manolescu (coord) – *Managementul resurselor umane*, Ed. ProUniversitaria, București, 2013
3. Dragomir, Gh., Vărzaru, M., Șchiopoiu-Burlea, A. – *Managementul resurselor umane*, Editura Universitaria, Craiova, 2010
4. Marin, I. – *Auditul resurselor umane*, Editura Economică, București, 2011
5. Secară, Carmen – *Managementul carierei în administrația publică din România*, Editura SITECH, Craiova, 2009
6. Secară Carmen – *Tendențe și practică în domeniul managementului resurselor umane*, Editura Sitech, Craiova, 2014
7. Secară Carmen – *Tendențe în managementul resurselor umane*, Editura Sitech, Craiova, 2013
8. Secară, C., - *Managementul resurselor umane – manual destinat studenților I.F.R., suport electronic*, 2016
9. *Codul muncii*, 2012

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore): calitatea, rigoarea, sinteza și coerența tratării subiectului teoretic abordabil în manieră explicativ-argumentativă (30%) + 1 subiect cu răspunsuri multiple (tip grilă) format din 10 întrebări (40%) + 1 subiect aplicativ de analiză a unui concept din domeniul resurselor umane (30%)	50%
10.5 Seminar	-participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Corectarea temei și chestionare orală	20% 20% 10%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul managementului resurselor umane. 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Managementul resurselor umane". 3. Capacitatea de a interpreta dinamica resurselor umane.		

Data completării
16 septembrie 2018

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

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Popescu Emilia

Data aprobării în Consiliul departamentului,

Director de departament,
(prestator)

Director de departament,
(beneficiar),

28 septembrie 2018

Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

FIȘA DISCIPLINEI
Comunicare și negociere în afaceri, 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	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management/ Economist

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei												Comunicare și negociere 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		III		2.5 Semestrul		2		2.6 Tipul de evaluare		E		2.7 Regimul disciplinei		O	

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								28
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								3
3.7	Total ore studiu individual	83						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea elementelor de management și marketing, discipline studiate în anul I
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu videoprojector
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii/laboratoare proiecte - Respectarea termenelor de predare a temei de casă/proiectului

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 1 PC C.4. Identificarea, selectarea și utilizarea modalităților de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare – 1 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 1 PC
Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor și a normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în științele economice – 1 PC CT2. Cooperarea eficientă în echipe de lucru profesionale, interdisciplinare, specifice desfășurării proiectelor și programelor din domeniul științelor economice – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Înțelegerea conceptelor de comunicare și negociere și a importanței utilizării corecte a lor în orice afacere; - Dobândirea de către studenți a abilităților de comunicare privind redarea, analiza și interpretarea mesajelor, a capacității de a cere, a refuza, a primi și a oferi un feedback constructiv, formulând mesajul optim și alegând canalul de comunicare cel mai eficient; - Însușirea cunoștințelor esențiale și necesare elaborării strategiilor de comunicare și negociere în afaceri; - Utilizarea corectă a tehnicilor de negociere în funcție de parteneri și de stilul de negociere abordat de aceștia.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> - Înțelegerea sensurilor de comunicare și negociere și sublinierea importanței comunicării în negociere; - Cunoașterea sistemului afacerilor, pornind de la un plan, înțelegerea mecanismului negocierilor;

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Comunicarea interumană eficientă	2	▪ prelegerea ▪ dialogul ▪ conversația euristică ▪ dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz
2	Comunicarea organizațională. Obiectivele și funcțiile comunicării	2		
3	Comunicarea cu clientul	3		
4	Tipologia clienților. Tipuri comportamentale în afaceri	3		
5	Parteneriat și anteprenoriat	3		
6	Negociere, manipulare și persuasiune	3		
7	Tehnici și tactici de negociere	3		
8	Aspecte generale referitoare la negociere – caracteristici și etape	3		
9	Uzanțe și protocol în negociere	3		
10	Contractul comercial – rezultat al negocierii	3		
Bibliografie				
1. Belch E. George, Michael A. Belch, Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, 10th Edition 10th Edition, McGraw-Hill, 2014 2. Balaban Delia Cristina, Hosu Ioan, Mucundorfeanu Meda, PR Trend. Development and Trends in Communication, Mittweida Hochschulverg, Germany, 2013 3. Cmeciu Camelia – Tendințe actuale în campaniile de relații publice, Editura Polirom, 2013 4. Dortier Jean-Francois, Cabin Philippe; traducător Luminița Roșca, Romina Surugiu, Comunicarea. Perspective actuale, Editura Polirom, Iași, 2010 5. Egan John, Marketing Communications, Second Edition, SAGE Publications Ltd, 2014 6. Fisher – Buttinger Claudia, Vallaster Christine – Noul branding: cum să construiești capitalul unei mărci, Editura Polirom, 2011 7. Green Andy – Comunicarea eficientă în relațiile publice. Crearea mesajelor și relațiilor sociale, Editura Polirom, 2009 8. Hackley Chris, Rungpaka Amy Hackley, Advertising and Promotion, Third Edition, SAGE Publications Ltd, 2014 9. Marinescu Valentina, Cercetarea în comunicare. Metode și tehnici, Editura CH Beck, București, 2009 10. Mucchielli Alex – Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare, Editura Polirom, 2015 11. Pringle Hamish, Field Peter– Strategii pentru brandingul de succes. Notorietatea și longevitatea unei mărci, Editura Polirom, 2011 12. Prutianu Ștefan, Tratat comunicare și negociere în afaceri, Editura Polirom, Iași, 2008 13. Secară Carmen, Comunicare și negociere comercială internațională – curs universitar - , Editura Sitech, Craiova, 2011 14. Stanciu Tolea Claudia, Comunicare și negociere comercială – curs universitar destinat studenților I.F.R., suport electronic, 2016				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor și a referatelor	2	- dialogul - dezbateră	Studiu de caz, prezentare temă

2	Rolul și importanța comunicării. Reguli de bază ale comunicării. Perturbații în comunicare.	3	lucru în echipa - conversația euristică	de casă, test de verificare
3	Funcțiile comunicării și particularitățile comunicării în afaceri. Etica comunicării în afaceri.	2		
4	Deprinderile comunicării în afaceri. Deprinderi în recepționarea mesajelor. Deprinderi de interpretarea mesajelor. Deprinderi de redarea mesajelor.	2		
5	Tehnici de comunicare. Ascultarea. Înregistrarea și tratarea informațiilor. Întrebările. Relansările. Discuția normală.	3		
6	Pregătirea dosarului negocierii. Strategii de negociere.	2		
Bibliografie - Egan John, Marketing Communications, Second Edition, SAGE Publications Ltd, 2014 - Hackley Chris, Rungpaka Amy Hackley, Advertising and Promotion, Third Edition, SAGE Publications Ltd, 2014 - Hamish Pringle, Peter Field – Strategii pentru brandingul de succes. Notorietatea și longevitatea unei mărci, Editura Polirom, 2011 - Marinescu Valentina, Cercetarea în comunicare. Metode și tehnici, Editura CH Beck, București, 2009 - Mucchielli Alex – Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare, Editura Polirom, 2015 - Popa Ioan, Negocierea comercială internațională, Editura Economică, 2009 - Rujoiu Marian, Biblia negociatorului, Editura Vidia, 2011 - Secară Carmen, Comunicare și negociere comercială internațională – curs universitar - , Editura Sitech, Craiova, 2011 - Stark Peter, Flaherty Jane, Ghid practic de negociere, Editura Amaltea, 2010 - Stanciu Tolea Claudia, Comunicare și negociere comercială – curs universitar destinat studenților I.F.R., suport electronic, 2016				

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 domeniu afacerilor
- Întâlniri periodice cu angajatorii în scopul corelării conținutului disciplinei și metodelor de predare cu așteptările acestora

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare finală (scris).	50%
10.5 Seminar	-participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz;	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog.	20%
	- gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă și a proiectului	- Prezentarea orală a temei de casă; - Chestionare orală.	30%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul comunicării și negocierii 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei		

Data completării
21 septembrie 2018

Titular de curs,
Lect.univ.dr. Claudia Stanciu-Tolea

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Stanciu-Tolea Claudia

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, 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	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management/ Economist

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei												Managementul proiectelor			
2.2 Titularul activităților de curs												Conf. univ. dr. Grădinaru Doruleț			
2.3 Titularul activităților de seminar / proiect												Lect. univ. dr. Sinisi Crenguța Ileana			
2.4 Anul de studii		III		2.5 Semestrul		2		2.6 Tipul de evaluare		V		2.7 Regimul disciplinei		O	

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1 + 1
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	14 + 14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								14
Pregătire seminarii/proiecte, teme, referate, portofolii, eseuri								30
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								3
3.7	Total ore studiu individual	69						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea noțiunilor fundamentale de Management studiat în anul I
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației prin diagnosticare și analiză SWOT – 1 PC C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 1 PC C.3. Elaborarea și implementarea sistemului managerial și a subsistemelor sale (alocare și realocare de resurse și activități) – 1 PC C.4. Identificarea, selectarea și utilizarea modalităților de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare – 1 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Înșușirea de către studenți a unui ansamblu organizat și coerent de cunoștințe prin care se explică, în mod sistematic, conceptele, principiile și noțiunile esențiale specifice managementului proiectelor
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte de bază, a componentelor managementului proiectelor și a caracteristicilor fiecăreia; 2. Operarea cu metode ADS, CMP și PERT în stabilirea timpului de realizare a proiectelor;

	3. Explicarea și interpretarea problematicii de bază a managementului proiectelor din perspectivă sistemică; 4. Înțelegerea rolului managerului de proiect în coordonarea proiectelor; B. Obiective procedurale 1. Formarea unor abilități în explicarea și interpretarea problematicii în domeniul abordării sistemice a programelor și a proceselor din cadrul unui proiect; 2. 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; 3. Identificarea unor situații concrete de aplicare a mixului de marketing în managementul proiectelor; C. Obiective atitudinale Respectarea normelor de deontologie ale profesiilor de agent de vânzare, reprezentat zonal, director de vânzări Cooperarea în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor sarcini de serviciu; Utilizarea unor metode specifice de elaborare a unui plan de dezvoltare personală și profesională
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Conceptul general de proiect. Clarificări și delimitări conceptuale privind proiectele 1.1 Proiectul – definire, caracteristici 1.2 Caracteristicile unui proiect. Clasificarea proiectelor 1.3 Contextul proiectului 1.4 Factorii de succes și de eșec ai proiectelor	3	- prelegerea - conversația euristică - exemplificarea - organizatorul grafic - exercițiul - dezbateră cu oponent imaginar	<i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i> ▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
2	Managerul și echipa de proiect 2.1 Managerul de proiect 2.2 Echipa de proiect 2.3 Structuri organizatorice în managementul proiectelor 2.4 Sponsorul proiectului	2		
3	Conceperea proiectelor prin analiza și ingineria valorii 3.1 Analiza și ingineria valorii – concept și obiect de studiu 3.2 Analiza funcțională 3.3 Dimensionarea funcțiilor 3.4 Analiza sistemică a funcțiilor	3		
4	Inițierea și lansarea proiectelor 4.1 Identificarea și formularea proiectului. Pregătirea inițierii 4.2 Managementul factorilor care influențează derularea proiectelor 4.3 Reuniunea de inițiere a proiectului. Evidența derulării proiectului. Rezumatul proiectului 4.4 Managementul riscurilor 4.5 Evaluarea economică a proiectului. Lansarea proiectului	4		
5	Reprezentarea proiectelor prin metodele CPM (Critical Path Method) și MPM (Potentiale Metra) 6.1 Reguli de construire a rețelor AoA și AoN 6.2 Diagrame de precedență FINISH – TO – START START – TO – START FINISH – TO – FINISH START – TO – FINISH	4		
6	Metoda Pert (Program Evaluation and Review Technique)	4		
7	Derularea proiectelor 8.1 Lansarea în execuție a proiectelor 8.2 Monitorizarea și stabilirea acțiunilor de corecție 8.3 Controlul și evaluarea derulării proiectului	4		
8	Finalizarea proiectelor 9.1 Perturbații la finalul proiectului 9.2 Predarea și acceptarea proiectului 9.3 Reuniunea de finalizare a proiectului 9.4 Evaluarea post - proiect	4		
Bibliografie 1. Constantinescu, D. - Managementul proiectelor. Fundamente, metode și tehnici , Ed. Sitech, Craiova, 2009 2. Deac, V.- Management , Editura ASE, București, 2016 3. Ghenea, M. – Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri , SC Universul juridic SRL, 2011				

4. Gorghiu, L.,M., Gorghiu, G., Stan, M.F. - **Managementul proiectelor – o abordare orientată pe aplicații**, Editura Bibliotheca, București, 2009
5. Grădinaru, D. - **Managementul proiectelor**, Curs în format IFR, 2017
6. Iliescu, V. - **Managementul proiectelor**, Editura Sitech, Craiova, 2011
7. Ionescu, M., Vasilescu, M., Teresneanu, C. - **Matematica managementului și managementul proiectelor**, Editura Matrixrom, București, 2013
8. Kerzner, H. - **Management de proiect. Abordare sistemică**, Editura Codecs, 2011
9. Le Dantec, Tanguy - **Managementul proiectelor prin exemple**, Editura CH Beck, București, 2009
10. Lock, D. - **Managementul proiectului**, Editura Monitorul Oficial, 2010
11. **Manual Gower de Management de proiect** - ediția a III-a, Editura Codecs, 2005
12. Mc Collum, J., Banacu, C.S. - **Management de proiect – o abordare practică**, Editura Universitară, București, 2007
13. Mochal, T., Mochal, J. - **Lecții de management de proiect**, Editura Codecs, 2006
14. Nasar, S. - **Geniul economic. Extraordinara poveste a geniiilor care au fondat economia modernă**, Editura ALL, București, 2014
15. Newton, R. - **Management de proiect- pas cu pas**, Editura Meteor Press, București, 2011
16. Newton, R. - **Managerul de proiect**, Editura Codecs, București, 2008
17. Novac, C. - **Managementul echipei de proiect**, Editura Tritonic, București, 2014
18. Pacelli, L. - **Consilierul managementului de proiect**, Editura Meteor Press, București, 2007
19. Postăvaru, N. - **Decizie și previziune**, Editura MatrixRom, București, 2014
20. Postăvaru, N., Băncilă, S., Iociciu, C. - **Management integrat al proiectelor investiționale**, Editura Matrixrom, București, 2014
21. Radu, V., Bănanu, S.C., Dobrea, R.C., Simion, C.P. - **Managementul proiectelor**, Editura Universitară, București, 2010
22. Radu, V. (coord.). - **Managementul proiectelor**, Editura Universitară, București, 2008
23. Young, T.L. - **Managementul proiectelor de succes**, Editura Rentrop & Straton, 2014

8.2. Aplicații:		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
Seminar				
1	Proiect – definire, caracteristici. Tipologia proiectelor. Mixul de marketing în managementul proiectelor Structuri organizatorice în managementul proiectelor	2	- dialogul - dezbatere lucru în echipa - conversația euristică	Studiu de caz, test de verificare
2	Analiza funcțională și dimensionarea funcțiilor prin Analiza și ingineria valorii	2		
3	Evaluarea economică a proiectelor. Costuri generate de un proiect. Estimarea costurilor. Managementul riscurilor	2		
4	Aplicarea metodei C.P.M. în calculul și derularea proiectelor	2		
5	Aplicarea metodei M.P.M. în calculul și derularea proiectelor	2		
6	Aplicarea metodei P.E.R.T. în calculul și derularea proiectelor	2		
7	Lansarea în execuție a proiectelor. Controlul și evaluarea derulării proiectului. Predarea și acceptarea proiectului. Evaluarea post-proiect	2		
Proiect				
8	Managementul proiectelor cu ajutorul metodelor de planificare a activităților în rețea Calculul duratelor activităților și construirea grafului rețea prin metoda C.P.M.	4	- dialogul - dezbatere lucru în echipa - conversația euristică	prezentare proiect
9	Calculul duratelor activităților și construirea grafului rețea prin metoda M.P.M.)	4		
10	Calculul duratelor activităților și construirea grafului rețea prin metoda P.E.R.T.	4		
11	Evaluare finală - Verificare	2		

Bibliografie

1. Băloiu, M., Frăsineanu, C., Frăsineanu, I. - **Management inovațional**, Editura ASE, București, 2008
1. Constantinescu, D. - **Managementul proiectelor. Fundamente, metode și tehnici**, Editura Sitech, Craiova, 2011
2. Gorghiu, L.,M., Gorghiu, G., Stan, M.F. - **Managementul proiectelor – o abordare orientată pe aplicații**, Editura Bibliotheca, București, 2013
3. Grădinaru, D. - **Managementul proiectelor**, Manual pentru învățământul Frecvență redusă (format electronic), 2015
4. Grădinaru, D. - **Managementul proiectelor**, Curs în format IFR, 2017
5. Grigorescu, A. - **Practica managementului proiectelor**, Editura Uranus, București, 2011
6. Grigorescu, A. - **Managementul proiectelor**, Editura Uranus, București, 2010
7. Le Dantec, Tanguy - **Managementul proiectelor prin exemple**, Editura CH Beck, București, 2009
8. **Manual Gower de Management de proiect**, ediția a III-a, Editura Codecs, 2005
9. Mochal, T., Mochal, J. - **Lecții de management de proiect**, editura Codecs, 2006
10. Newton, R. - **Management de proiect- pas cu pas**, Editura Meteor Press, București, 2012
11. Radu, V. - **Managementul proiectelor**, Editura Universitară, București, 2010
12. Radu, V., Curteanu, D. - **Managementul proiectelor de construcții. Culegere de teste și studii de caz**, Editura Tribuna Economică, București, 2009

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 managementului
- Întâlniri periodice cu angajatorii în scopul corelării conținutului disciplinei și metodelor de predare cu așteptările acestora

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate	- Evaluare scrisă în timpul semestrului; - Evaluare finală.	30 % 10%
10.5 Seminar / Proiect	-participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - 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.	30% 30%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la managementul proiectelor 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Managementul proiectelor" 3. Capacitatea de aplicare a metodelor de lucru în rețea în cadrul proiectelor 4. După parcurgerea disciplinei, studentul trebuie să: - Cunoască modul de derulare și finalizare a proiectelor; - Să dimensioneze funcțiile produselor prin Analiza valorii.		

Data completării
15 septembrie 2018

Titular de curs,
Conf. univ. dr. Doruleț Grădinaru

Titular de seminar / proiect,
Lect. univ. dr. Sinisi Crenguța Ileana

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

Cercetări de marketing, 2018-2019

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei												Cercetări de Marketing			
2.2 Titularul activităților de curs												Conf. univ. dr. Amalia DUȚU			
2.3 Titularul activităților de seminar												Lect. univ. dr. Olimpia DIACONESCU			
2.4 Anul de studii		III		2.5 Semestrul		II		2.6 Tipul de evaluare		V		2.7 Regimul disciplinei		A	

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutorat								7
Examinări								4
Alte activități								4
3.7	Total ore studiu individual	83						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea conceptelor fundamentale de marketing
4.2	De competențe	Capacitate de analiză, gândire sintetică, gândire creativă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 2 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 2 PC C.6. Utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe în aplicarea metodelor, tehnicilor și procedurilor manageriale – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Dobândirea cunoștințelor specifice cercetărilor de marketing
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive Înțelegerea identității conceptuale a cercetărilor de marketing și a domeniilor de aplicare; Dobândirea de cunoștințe privind conceptele de bază ale cercetărilor de marketing; Dobândirea de cunoștințe privind metodele, tehnicile și instrumentele utilizate în cercetările de marketing; Dobândirea de cunoștințe privind proiectarea și realizarea cercetărilor de marketing, selectarea și utilizarea metodelor de cercetare, selectarea și utilizarea instrumentelor de măsurare, întocmirea raportului final de cercetare; Dobândirea de cunoștințe privind metodele de segmentare a pieței; B. Obiective procedurale Aplicarea conceptelor și teoriilor specifice cercetărilor de marketing; Măsurarea și scalarea fenomenelor de marketing;

	Proiectarea și desfășurarea cercetărilor de marketing; Analiza informațiilor de marketing; Elaborarea rapoartelor finale de cercetare; <u>C. Obiective atitudinale</u> Respectarea normelor de deontologie ale profesiilor aferente domeniului marketing; Comunicare și colaborare în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor sarcini de serviciu.
--	---

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Definirea și conținutul cercetărilor de marketing? Definirea cercetărilor de marketing. <i>Studii de piață vs. cercetări de marketing</i> . Conținutul cercetărilor de marketing. Procesul de desfășurare a cercetărilor de marketing.	2	Prelegere Studii de caz Dezbateri	<i>Prezentarea în power –point</i> <i>Suport de curs</i> <i>Materiale elaborate cu studii de caz</i> <i>Articole publicate la nivel internațional ca suport de analiză și dezbateri</i> <i>Acces internet</i>
2	Procesul cercetărilor de marketing - Etapele procesului de cercetare de marketing. Definirea problemei și transpunerea acesteia într-o temă de cercetare.	4		
3.	Tipologia metodelor de cercetare - Metode de cercetare secundară, metode de cercetare primară. Cercetare cantitativă și cercetare calitativă.	4		
4.	Procesul cercetărilor de marketing - elaborarea planului de cercetare – definirea informațiilor necesare, proceduri de măsurare și scalare. Scale de măsurare utilizate în cercetarea de marketing.	4		
5.	Evaluarea informațiilor disponibile. Alegerea tipului de studiu. Planul și bugetul pentru cercetarea de marketing. Etapele efectuării cercetărilor selective - elaborarea planului de cercetare.	2		
6.	Procesul cercetărilor de marketing - elaborarea planului de cercetare - definire scop, obiective, variabile și ipoteze.	4		
7.	Procesul cercetărilor de marketing - elaborarea planului de cercetare. Dezvoltarea instrumentelor de cercetare. Chestionarul – scop și procesul de întocmire, testare și validare.	2		
8.	Procesul cercetărilor de marketing - elaborarea planului de cercetare - eșantionarea și stabilirea mărimii eșantionului, metode de eșantionare.	2		
9.	Procesul de culegere și prelucrare a datelor. Interpretarea rezultatelor.	2		
10	Redactarea și prezentarea raportului final de cercetare.	2		
Bibliografie 1. DUȚU Amalia, Understanding Consumers' Behaviour Change in Uncertainty Conditions: A Psychological Perspective, in Handbook of Research on Retailer-Consumer Relationship Development, editori: Fabio Musso and Elena Druică, DOI: 10.4018/978-1-4666-6074-8, IGI Global, SUA, 2014 2. Pandelica Amalia, Pandelica Ionut, Oancea Olimpia, <i>Market orientation: Identifying gaps between theory and practice, 27th Industrial Marketing and Purchasing Conference - The Impact of Globalisation on Networks and Relationship 2.Dynamics</i> , Strathclyde University, Glasgow, Scotland, 2011 3. Amalia Pandelica – <i>Marketing – teorie și practică. Curs pe suport electronic</i> , 2010. 4. Amalia Pandelica – <i>Implementarea orientării către piață. Ghid de proiect</i> , suport electronic, 2010. 5. .Amalia Pandelica – <i>Proiectarea unei cercetări selective de piață. Ghid de proiect</i> , suport electronic, 2009				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Furnizarea informațiilor privind criteriile de evaluare / Furnizarea informațiilor privind bazele metodologice de realizare a proiectelor.	2	- dialogul - dezbateri - lucru în echipa - conversația euristică	<i>Prezentarea în power –point</i> <i>Articole disponibile online</i> <i>Studii de caz</i> <i>Ghid proiect</i>
2	Domenii de aplicare a cercetărilor de marketing, probleme decizionale si teme de cercetare: simulare: masurarea gradului de motivare a personalului companiei X - problemă decizională și temă de cercetare; simulare: masurarea intenției de achiziție a unei locuințe în rândul locuitorilor Mun. Pitești - problemă decizională și temă de cercetare.	2		
3	Metode de cercetare: joc de rol - Identificarea imaginii mărcilor Coca-Cola în rândul consumatorilor și adoptarea unor soluții de marketing ce au ca scop îmbunătățirea sau formarea imaginii mărcii – Aplicarea tehnicii asocierii de cuvinte; Experimentul de marketing: Măsurarea gradului în care imaginea de marcă influențează procesul de alegere a băuturilor răcoritoare – Coca-Cola vs. Pepsi. Tipul de proiectare – măsurare „înainte și după” fără grup de control.	4		

4	Segmentarea pieței: prezentare studiu de caz: Segmentarea pieței de tutun din România. Variabile de segmentare, procedură, dimensiune și profil.	2		
5	Integrarea informațiilor de piață în decizii. Cercetarea de marketing - instrument managerial. Studiu de caz: adoptarea deciziilor de marketing pe baza informațiilor de piață.	2		
6	Prezentare proiecte	2		

Bibliografie

1. DUȚU Amalia, Understanding Consumers' Behaviour Change in Uncertainty Conditions: A Psychological Perspective, in Handbook of Research on Retailer-Consumer Relationship Development, editori: Fabio Musso and Elena Druică, DOI: 10.4018/978-1-4666-6074-8, IGI Global, SUA, 2014
2. Pandelica Amalia, Pandelica Ionut, Oancea Olimpia, *Market orientation: Identifying gaps between theory and practice*, 27th Industrial Marketing and Purchasing Conference - The Impact of Globalisation on Networks and Relationship Dynamics, Strathclyde University, Glasgow, Scotland, 2011
3. Amalia Pandelica – *Marketing – teorie și practică. Curs pe suport electronic*, 2010.
4. Amalia Pandelica – *Implementarea orientării către piață. Ghid de proiect*, suport electronic, 2010.
5. Amalia Pandelica – *Proiectarea unei cercetări selective de piață. Ghid de proiect*, suport electronic, 2009

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare finală.	10 %
10.5 Seminar	-participarea activă la seminar, implicarea în rezolvarea studiilor de caz; - corectitudinea utilizării metodelor de cercetare; - corectitudinea analizei statistice și interpretarea rezultatelor; - coerența logică a rezultatelor; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog. - Prezentarea liberă a proiectului; - Chestionare orală sub formă de dialog.	10% 40%
	- corectitudinea analizei; - coerența logică a rezultatelor; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Prezentare liberă a studiului de caz; - Chestionare orală sub formă de dialog.	40%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul marketing 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Cercetări de marketing" 3. Proiectul conține tabele de frecvențe și graficele asociate 4. Studiul de caz conține soluții argumentate		

Data completării
20 septembrie 2018

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

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Olimpia DIACONESCU

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 Investițiilor, 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	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management / Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei					Managementul Investițiilor					
2.2	Titularul activităților de curs										
2.3	Titularul activităților de seminar / laborator										
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	II	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	A

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități								1
3.7	Total ore studiu individual	83						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Noțiuni de economie, matematică
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 laboratorului	Nu este cazul

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 2 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 2 PC C.6. Utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe în aplicarea metodelor, tehnicilor și procedurilor manageriale – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu domeniul <i>Investițiilor</i> , aprofundarea teoretică a fenomenului investițional, pentru a sublinia impactul și corelațiile investițiilor cu creșterea și dezvoltarea economică.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> - cunoașterea principalelor concepte din domeniul investițiilor; - cunoașterea principalelor teorii cu privire la investițiile de capital; - familiarizarea studenților cu aspectele legate de modelarea econometrică a investițiilor; - prezentarea particularităților activității de investiții de capital; <u>B. Obiective procedurale</u> - prezentarea investițiilor de capital ca principal factor de creștere și dezvoltare economică; - identificarea particularităților specific diferitelor teorii din domeniul investițional; <u>C. Obiective atitudinale</u> - respectarea normelor de deontologie profesională (a codului deontologic al profesorului), fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specific specialistului în științele economice - cooperarea în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor sarcini de învățare;

	3. Utilizarea unor metode specifice de elaborare a unui plan de dezvoltare personal și profesională;
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	1. Investițiile în circuitul economic și social 1.1. Conceptul de investiții 1.2. Rolul și locul investițiilor în viața economico-socială 1.3. Elementele definitorii ale conceptului de investiții	2	-Prelegere punctată de exemple din realitatea economică; -Soluții exemplificate specifice universului economic ca metode de extrapolare și ierarhizare; -Prelegere punctată de exemple din realitatea economică; -Soluții exemplificate specifice universului economic ca metode de extrapolare și ierarhizare;	(Alte) resurse folosite: calculator, site-uri cu statistici specializate de pe internet, bibliografie suplimentara.
2	2.Strategii de relansare a investițiilor 2.1. Definirea strategiei de investiții 2.2. Fundamentarea strategiei investiționale 2.3. Realizarea unei strategii investiționale 2.4. Elemente de evaluare a strategiei investiționale	4		
3	3.Eficiența economică – element esențial al deciziei de investiții 3.1. Conceptul de eficiență economică 3.2. Analiza eforturilor și efectelor în determinarea eficienței economice	2		
4	4.Indicatori de evaluare și analiză a eficienței economice a investițiilor 4.1. Conceptul de indicator 4.2. Volumul capitalului investit 4.3. Durata de realizare a lucrărilor de investiții 4.4. Durata de funcționare a obiectivului 4.5. Investițiaspecifică 4.6. Termenul de recuperare a investiției 4.7. Coeficientul eficienței economice a investiției 4.8. Cheltuieli echivalente sau recalculate 4.9. Randamentul economic al investiției	4		
5	5.Influența factorului timp asupra procesului investițional 5.1. Principiul actualizării sau scontării 5.2. Momentele principale ale actualizării 5.3. Actualizarea la momentul luării deciziei de investiții 5.4. Actualizarea la momentul începerii realizării lucrărilor de investiții 5.5. Actualizarea la momentul punerii în funcțiune a obiectivului de investiții 5.6. Actualizarea la momentul scoaterii din funcțiune a obiectivului de investiții 5.7. Modalități de utilizare a factorilor de actualizare	8		
6	6.Optimizarea cheltuiii fondului de investiții 6.1. Folosirea programării matematice în optimizarea cheltuielilor 6.2.Maximizarea profitului unui obiectiv de investiții pe baza optimizării cheltuielilor cu ajutorul programării matematice. Metoda primală.	3		
7	7.Incertitudinea și riscul investițiilor 7.1. Incertitudine și risc -Concepte 7.2. Incertitudinea și riscul investițiilor 7.3. Masurarea riscului unui proiect de investiții	3		
8	8.Amplasarea optima a obiectivelor de investiții 8.1. Criterii de amplasare 8.2. Metodede amplasare 8.3. Modele de amplasare a obiectivelor de investiții	2		
Bibliografie 1. Bondoc, Nicolae Gh. – Managementul Investițiilor, Note de curs (format electronic) 2. Bondoc, Nicolae Gh. și Burcea, Felix Cristian -Investitii, Editura Universității din Pitesti, 2011 3. Cistelean, Lazar M. – Economia, eficienta si finantarea investitiilor, Editura Economică,2002 4. Huru, Dragoș – Investitiile-capital &dezvoltare,EdituraEconomică, Bucuresti 2007 5. Stancu, Ion - Investitiile directe si finantarea lor-Finanțe, vol II, EdituraEconomică, 2002 6. Stoian, Marian – Gestiunea investitiilor,EdituraASEBucurești,2003 7. Vasilescu, Ion, Romănu, Ion și Cicea, Claudiu – Investitii, Editura Economică, 2000 8. Zait, Dumitru - Evaluarea si gestiunea investitiilor directe, Editura SEDCOM LIBRIS, Iasi 2008				
8.2. Aplicații: Seminar / Laborator / Teme de casă		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resursefolosite
1	Investițiile în circuitul economic și social	1	Aprofundarea cunoștințelor teoretice specifice temei	
2	Strategii de relansare a investițiilor	2		
3	Eficiența economică – element esențial al deciziei de investiții	1		
4	Indicatori de evaluare si analiză a eficienței economice a	2		

	<i>investițiilor</i>		<i>și dezbateri pe baza unor exemple concrete</i>
5	<i>Influența factorului timp asupra procesului investițional - Testare</i>	4	
6	<i>Optimizarea cheltuirii fondului de investiții</i>	2	
7	<i>Incertitudinea și riscul investițiilor</i>	1	
8	<i>Amplasarea optimă a obiectivelor de investiții</i>	1	
Bibliografie: 1. Bondoc, Nicolae Gh. – Managementul Investițiilor, Note de curs (format electronic) 2. Bondoc, Nicolae Gh. și Burcea, Felix Cristian -Investiții, Editura Universității din Pitești, 2011 3. Cistelean, Lazar M. – Economia, eficiența și finanțarea investițiilor, Editura Economică, 2002 4. Huru, Dragoș – Investițiile-capital & dezvoltare, Editura Economică, București 2007 5. Stancu, Ion - Investițiile directe și finanțarea lor-Finanțe, vol II, Editura Economică, 2002 6. Stoian, Marian – Gestiunea investițiilor, Editura ASE București, 2003 7. Vasilescu, Ion, Romănu, Ion și Cicea, Claudiu – Investiții, Editura Economică, 2000 8. Zait, Dumitru - Evaluarea și gestiunea investițiilor directe, Editura SEDCOM LIBRIS, Iași 2008			

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Evaluare finală	Examinare scrisă privind calitatea, rigoarea, sinteza și coerența tratării a 2 subiecte;	10% din care: (10%)
10.5 Seminar / Laborator / Tema de casă	Evaluări periodice Activitate seminar Tema de casa	- Test de verificare; - Aplicațiile rezolvate de către student în activitățile de seminar; - Participarea, realizarea și prezentarea temei de casă;	90% din care: (30%) (20%) (40%)
10.6 Standard minim de performanță	Deprinderea sau achiziționarea cel puțin a competențelor: A2,3,4; B1,2; C1.		

Data completării

Titular disciplină,

Titular seminar,

Data aprobării în Consiliul departamentului,

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

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

FIȘA DISCIPLINEI

Marketing Internațional, 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	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management /economist

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei												Marketing Internațional			
2.2		Titularul activităților de curs													
2.3		Titularul activităților de seminar													
2.4		Anul de studii	III	2.5		Semestrul	II	2.6		Tipul de evaluare	V	2.7		Regimul disciplinei	A

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutorat								3
Examinări								3
Alte activități								1
3.7	Total ore studiu individual			83				
3.8	Total ore pe semestru			125				
3.9	Număr de credite			5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoștințe fundamentale de marketing
4.2	De competențe	Capacitate de analiză, gândire sintetică, gândire creativă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu video-proiector
5.2	De desfășurare a laboratorului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Respectarea termenelor de prezentare a proiectului și a studiului de caz

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 2 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 2 PC C.6. Utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe în aplicarea metodelor, tehnicilor și procedurilor manageriale – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Dobândirea cunoștințelor privind conceptele de bază din domeniul marketingului internațional
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive Dobândirea cunoștințelor referitor la: - definirea și caracteristicile companiilor internaționale/multinaționale/transnaționale; - etapele procesului internaționalizării afacerilor; - indicatorii de reflectare a gradului de internaționalizare a afacerilor, - procesul de planificare strategică în marketingul internațional, - procesul de selecție a piețelor externe, - strategii de pătrundere pe piețele externe-țintă; - strategii de poziționare pe piețele externe-țintă, - strategii competitive și comportament concurențial pe piețele externe; - strategiile mix-ului de marketing, - elaborarea și implementarea programului de marketing internațional.

	B. Obiective procedurale Aplicarea conceptelor si teoriilor de marketing international; Masurarea si scalarea fenomenelor de marketing international; Proiectarea si desfășurarea programului de marketing international; C. Obiective atitudinale Respectarea normelor de deontologie ale profesiilor aferente domeniului marketing; Comunicare și colaborare în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor sarcini de serviciu.
--	---

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Ce este compania internațională? – Definiție, caracteristici, profil. Responsabilitatea socială corporativă în cazul companiilor internaționale.	2	Prelegere Studii de caz Dezbateri/ Jocuri de rol	<i>Prezentarea în power –point</i>
2	Standardizare vs. adaptare în practica companiilor internaționale	3		<i>Suport de curs</i> <i>Materiale elaborate cu studii de caz</i> <i>Articole publicate la nivel internațional ca suport de analiză și dezbateri</i> <i>Acces internet</i>
3	Mediul de marketing internațional	3		
4	Planificarea strategică în marketingul internațional	3		
5	Procesul de selecție a piețelor externe	3		
6	Strategii de pătrundere pe piețele internaționale	3		
7	Strategii de poziționare pe piețele externe vizate	3		
8	Strategii competitive aplicate pe piețele externe.	4		
9	Strategiile mix-ului de marketing internațional	4		
Bibliografie				
1. Duțu Amalia, Understanding Consumers' Behaviour Change in Uncertainty Conditions: A Psychological Perspective, in Handbook of Research on Retailer-Consumer Relationship Development, editori: Fabio Musso and Elena Druică, DOI: 10.4018/978-1-4666-6074-8, IGI Global, SUA, 2014				
2. Cezar Mereuță, Pandelică Ionuț, Pandelică Amalia, Foreign Majority Ownership in the Node Companies of the Main Markets in Romania – Compendium, ISBN: 978-973-709-630-2, Editura Economica, 2013				
3. Amalia Pandelica – <i>Companii multinationale. Strategii de marketing, Editura Economica, 2007.</i>				
4. Amalia Pandelica – <i>Implementarea orientării către piață. Ghid de proiect</i> , suport electronic, 2010.				
5. Kiefer Lee, Steve Carter – Global Marketing Management, Oxford University Press, 2005.				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Furnizarea informațiilor privind criteriile de evaluare / Furnizarea informațiilor privind bazele metodologice de realizare a proiectelor.	2	- dialogul - dezbateri - lucru în echipa	<i>Prezentarea în power –point</i> <i>Articole disponibile online</i> <i>Studii de caz</i> <i>Ghid proiect</i>
2	Marketingul ca filozofie de afaceri: studiu de caz.	2		
3	Procesul de selecție a piețelor externe: studiu de caz.	2		
4	Strategii de pătrundere pe piețele externe vizate: studiu de caz.	2		
5	Analiza gradului de internaționalizare - Analiza indicelui de transnaționalitate pe baza Top 100 TNC (UNCTAD). Prezentare studii de caz.	2		
6	Prezentare proiecte	4		
Bibliografie				
1. Duțu Amalia, Understanding Consumers' Behaviour Change in Uncertainty Conditions: A Psychological Perspective, in Handbook of Research on Retailer-Consumer Relationship Development, editori: Fabio Musso and Elena Druică, DOI: 10.4018/978-1-4666-6074-8, IGI Global, SUA, 2014				
2. Cezar Mereuță, Pandelică Ionuț, Pandelică Amalia, Foreign Majority Ownership in the Node Companies of the Main Markets in Romania – Compendium, ISBN: 978-973-709-630-2, Editura Economica, 2013				
3. Amalia Pandelica – <i>Companii multinationale. Strategii de marketing, Editura Economica, 2007.</i>				
4. Amalia Pandelica – <i>Implementarea orientării către piață. Ghid de proiect</i> , suport electronic, 2010.				
5. Kiefer Lee, Steve Carter – Global Marketing Management. Oxford University Press, 2005.				

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

• Competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările angajatorilor din domeniul marketingului și managementului. • Întâlniri periodice cu angajatorii în scopul corelării conținutului disciplinei și metodelor de predare cu așteptările acestora Notă: Universitate din Pitești evaluează periodic gradul de satisfacție al reprezentanților angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenți.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare finală.	10 %
10.5 Seminar	-participarea activă la seminar, implicarea în rezolvarea studiilor de caz;	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog.	10%
	- corectitudinea utilizării conceptelor si metodelor; - coerența logică a rezultatelor; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Prezentarea libăra a proiectului; - Chestionare orală sub formă de dialog.	40%
	- corectitudinea analizei; - coerența logică a rezultatelor; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Prezentarea libăra a studiului de caz; - Chestionare orală sub formă de dialog.	40%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul marketing internațional; 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Marketing internațional"; 3. Proiectul conține analize fundamentate pe informații secundare; 4. Studiul de caz prezintă evoluția indicatorilor de analiză pentru o perioadă de minim 3 ani.		

Data completării

Titular de curs,

Titular de seminar,

Data aprobării în Consiliul departamentului,

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

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