MINISTERUL EDUCAŢIEI
UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU“ DIN ARAD
310130 Arad, B-dul Revoluției nr. 77, P.O. BOX 2/158 AR
Tel : 0040-257- 283010; fax. 0040-257- 280070
http://www.uav.ro; e-mail: rectorat@uav.ro
Operator de date cu caracter personal nr.2929

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre Program

1.1. Instituția de învățământ superior	**UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU” DIN ARAD**
1.2. Facultatea	**de Științe Economice**
1.3. Departamentul	**Departamentul de Discipline Economice**
1.4. Domeniul de studii	**Administrarea Afacerilor**
1.5. Anul universitar	**2022-2023**
1.6. Ciclul de studii	**Licență**
1.7. Specializarea / Programul de studii	**Economia comerțului, turismului și serviciilor**
1.8. Forma de învățământ	**Învățământ cu frecvență (IF)**

2. Date despre Disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	**ElCC3O05 Educație fizică și sport**
2.2. Titular Plan învățământ	**Drd Băltean Alexandru Ioan**
2.3. Asistent	**doctor Herlo Julien Narcis**
2.4. Anul de studiu	**2**
2.5. Semestrul	**1**
2.6. Tipul de evaluare	**EC**
2.7. Regimul disciplinei	**Ob**

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	**1**
3.2. Ore de curs pe săptămână	**0**
3.3. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe săptămână	**1**
3.4. Total ore din planul de învățământ	**14**
3.5. Ore de curs pe semestru	**0**

3.6. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe semestru	**14**
	Distribuția fondului de timp [Ore]
3.4.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	**11**
3.4.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	**0**
3.4.3. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	**0**
3.4.4. Tutoriat	**0**
3.4.5. Examinări	**0**
3.4.6. Alte activități ...	**0**
3.7. Total ore studiu individual	**11**
3.8. Total ore pe semestru	**25**
3.9. Numărul de credite	**1**

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Precondiții de curriculum	
4.2. Precondiții de competențe	

5. Condiții necesare (acolo unde este cazul)

5.1. Condiții de desfășurare a cursului	
5.2. Condiții de desfășurare a seminarului	
5.3. Condiții de desfășurare a laboratorului	
5.4. Condiții de desfășurare a proiectului	

6. Competențele specifice acumulate (acolo unde este cazul)

6.1. Competențe profesionale	
6.2. Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei (acolo unde este cazul)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	
7.2. Obiectivele specifice	

8. Conținuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conținut Curs	Metode de predare	Observații
8.2 Bibliografie Curs		
8.3 Conținut Seminar	Metode de predare	Observații
8.4 Bibliografie Seminar		
8.5 Conținut Laborator	Metode de predare	Observații
8.6 Bibliografie Laborator		
8.7 Conținut Proiect	Metode de predare	Observații
8.8 Bibliografie Proiect		

9. Coroborarea/validarea conținuturilor disciplinei (acolo unde este cazul)

10. Evaluare (acolo unde este cazul)

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1. Curs			
10.2. Seminar			
10.3. Laborator			
10.4. Proiect			
10.5 Standard minim de performanţă			

Titular
Drd Băltean Alexandru Ioan

Asistent
doctor Herlo Julien Narcis

DIRECTOR DEPARTAMENT
Conf.dr. Almasi Robert Cristian

DECAN
Lect. univ. dr. Grigorie SANDA

MINISTERUL EDUCAŢIEI
UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU“ DIN ARAD
310130 Arad, B-dul Revoluției nr. 77, P.O. BOX 2/158 AR
Tel : 0040-257- 283010; fax. 0040-257- 280070
http://www.uav.ro; e-mail: rectorat@uav.ro
Operator de date cu caracter personal nr.2929

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre Program

1.1. Instituția de învățământ superior	**UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU” DIN ARAD**
1.2. Facultatea	**de Științe Economice**
1.3. Departamentul	**Departamentul de Discipline Economice**
1.4. Domeniul de studii	**Administrarea Afacerilor**
1.5. Anul universitar	**2022-2023**
1.6. Ciclul de studii	**Licenţă**
1.7. Specializarea / Programul de studii	**Economia comerţului, turismului şi serviciilor**
1.8. Forma de învăţământ	**Învăţământ cu frecvenţă (IF)**

2. Date despre Disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	**ElCC4O27 Educaţie fizică şi sport**
2.2. Titular Plan învățământ	**doctor Herlo Julien Narcis**
2.3. Asistent	
2.4. Anul de studiu	**2**
2.5. Semestrul	**2**
2.6. Tipul de evaluare	**EC**
2.7. Regimul disciplinei	**Ob**

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	**1**
3.2. Ore de curs pe săptămână	**0**
3.3. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe săptămână	**1**
3.4. Total ore din planul de învăţământ	**14**
3.5. Ore de curs pe semestru	**0**
3.6. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe semestru	**14**
	Distribuţia fondului de timp [Ore]
3.4.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	**11**
3.4.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren	**0**
3.4.3. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	**0**
3.4.4. Tutoriat	**0**
3.4.5. Examinări	**0**
3.4.6. Alte activități ...	**0**

3.7. Total ore studiu individual	**11**
3.8. Total ore pe semestru	**25**
3.9. Numărul de credite	**1**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1. Precondiţii de curriculum	
4.2. Precondiţii de competenţe	

5. Condiţii necesare (acolo unde este cazul)

5.1. Condiţii de desfășurare a cursului	
5.2. Condiţii de desfășurare a seminarului	
5.3. Condiţii de desfășurare a laboratorului	
5.4. Condiţii de desfășurare a proiectului	

6. Competenţele specifice acumulate (acolo unde este cazul)

6.1. Competenţe profesionale	
6.2. Competenţe transversale	

7. Obiectivele disciplinei (acolo unde este cazul)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	
7.2. Obiectivele specifice	

8. Conţinuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conţinut Curs	Metode de predare	Observaţii
8.2 Bibliografie Curs		
8.3 Conţinut Seminar	Metode de predare	Observaţii
8.4 Bibliografie Seminar		
8.5 Conţinut Laborator	Metode de predare	Observaţii
8.6 Bibliografie Laborator		
8.7 Conţinut Proiect	Metode de predare	Observaţii
8.8 Bibliografie Proiect		

9. Coroborarea/validarea conţinuturilor disciplinei (acolo unde este cazul)

10. Evaluare (acolo unde este cazul)

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1. Curs			
10.2. Seminar			
10.3. Laborator			
10.4. Proiect			
10.5 Standard minim de performanţă			

Titular
doctor Herlo Julien Narcis

Asistent

DIRECTOR DEPARTAMENT
Conf.dr. Almasi Robert Cristian

DECAN
Conf. univ. dr. Grigorie SANDA

MINISTERUL EDUCAŢIEI
UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU“ DIN ARAD
310130 Arad, B-dul Revoluției nr. 77, P.O. BOX 2/158 AR
Tel : 0040-257- 283010; fax. 0040-257- 280070
http://www.uav.ro; e-mail: rectorat@uav.ro
Operator de date cu caracter personal nr.2929

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre Program

1.1. Instituția de învățământ superior	**UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU” DIN ARAD**
1.2. Facultatea	**de Științe Economice**
1.3. Departamentul	**Departamentul de Discipline Economice**
1.4. Domeniul de studii	**Administrarea Afacerilor**
1.5. Anul universitar	**2022-2023**
1.6. Ciclul de studii	**Licență**
1.7. Specializarea / Programul de studii	**Economia comerțului, turismului și serviciilor**
1.8. Forma de învățământ	**Învățământ cu frecvență (IF)**

2. Date despre Disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	**ElCD3O02 Managementul calității**
2.2. Titular Plan învățământ	**doctor Săplăcan Silviu Ilie**
2.3. Asistent	**doctorand Sanda Cristina Maria**
2.4. Anul de studiu	**2**
2.5. Semestrul	**1**
2.6. Tipul de evaluare	**ES**
2.7. Regimul disciplinei	**Ob**

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	**5**
3.2. Ore de curs pe săptămână	**3**
3.3. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe săptămână	**2**
3.4. Total ore din planul de învățământ	**70**
3.5. Ore de curs pe semestru	**42**

3.6. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe semestru	**28**
	Distribuția fondului de timp [Ore]
3.4.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	**30**
3.4.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	**20**
3.4.3. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	**20**
3.4.4. Tutoriat	**8**
3.4.5. Examinări	**2**
3.4.6. Alte activități ...	**0**
3.7. Total ore studiu individual	**80**
3.8. Total ore pe semestru	**150**
3.9. Numărul de credite	**6**

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Precondiţii de curriculum	**Management, Economie**
4.2. Precondiţii de competenţe	**Capacitatea relaționare și comunicare**

5. Condiții necesare (acolo unde este cazul)

5.1. Condiţii de desfăşurare a cursului	
5.2. Condiţii de desfăşurare a seminarului	
5.3. Condiţii de desfăşurare a laboratorului	
5.4. Condiţii de desfăşurare a proiectului	

6. Competențele specifice acumulate (acolo unde este cazul)

6.1. Competenţe profesionale	**C5. Asigurarea calității prestațiilor in comerț, turism si servicii** **C6. Asistență în managementul resurselor umane**
6.2. Competenţe transversale	**CT2. Identificarea rolurilor si responsabilităților într-o echipa plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei**

7. Obiectivele disciplinei (acolo unde este cazul)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	**Obiectivul fundamental este însușirea de către studenți a modului în care pot fi planificate, coordonate, organizate și controlate activitățile din domeniul calității în cadrul organizațiilor. Predarea se va face la un nivel accesibil studenților, se va păstra un nivel științific adecvat în procesul de predare și verificare a cunoștințelor, se vor da aplicații sugestive și exemple de lucru concrete.**
7.2. Obiectivele specifice	**Asigură studenților deprinderi și cunoștințe pe baza raționamentelor logice, pentru înțelegerea calității, a managementului calității și a implementării sistemului de management al calității și a standardelor ISO.**

8. Conţinuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conţinut Curs	Metode de predare	Observaţii
1.Coordonate metodologice (conceptul de „calitate”, „calitate totală”; curente dominante în evoluția acestor concepte).	Prelegere, prezentare videoproiector, instruire directă	4 ore
2. Definirea și funcțiile managementului calității.	Prelegere, prezentare videoproiector,	4 ore

	instruire directă	
3. Definirea politicii calității. Obiectivele calității. Calitatea - factor strategic al competitivității	Prelegere, prezentare videoproiector, instruire directă	4 ore
4. Strategia KAIZEN – strategie pentru îmbunătățirea continuă	Prelegere, prezentare videoproiector, instruire directă	4 ore
5. Asigurarea calității – funcție de bază a managementului calității	Prelegere, prezentare videoproiector, instruire directă	4 ore
6. Structura sistemului calității	Prelegere, prezentare videoproiector, instruire directă	4 ore
7. Documentația sistemului calității	Prelegere, prezentare videoproiector, instruire directă	6 ore
8. Definirea și principiile Managementului Calității Totale (TQM)	Prelegere, prezentare videoproiector, instruire directă	6 ore
9. Implementarea Managementului Calității Totale (TQM)	Prelegere, prezentare videoproiector, instruire directă	6 ore

8.2 Bibliografie Curs

1. Curs format electronic încărcat pe platforma S.U.M.S., 2022;
2. Burduș, E., Căprărescu, G., Androniceanu A., 2008, Managementul schimbării organizaționale, Ediția a treia, București, Editura Economică;
3. Falniță, E., Managementul total al calității, Editura Mirton, Timișoara, 2007
4. Păcurariu Ghe., Lile R., 2004 " Calitate și standardizare în industria alimentară", Ed. Univ. Aurel Vlaicu Arad.
5. SR EN ISO 9004:2018 - Managementul calității. Calitatea unei organizații. Îndrumări pentru obținerea unui succes durabil

8.3 Conţinut Seminar	Metode de predare	Observaţii
1. Conceptul de „calitate". Relația utilitate-calitate-valoare.	Dezbaterea noțiunilor de bază, Brainstorming-ul, Lucrul pe bază de fișe, Muncă în echipă, Învățarea prin descoperire	4 ore
2. Conceptul de „calitate totală". Evoluție și abordări	Dezbaterea noțiunilor de bază, Brainstorming-ul, Lucrul pe bază de fișe, Muncă în echipă, Învățarea prin descoperire	4 ore
3. Managementul calității și politica în domeniul calității	Dezbaterea noțiunilor de bază, Brainstorming-ul, Lucrul pe bază de fișe, Muncă în echipă, Învățarea prin descoperire	4 ore
4. Strategia KAIZEN. Metode și tehnici (ciclul Deming (PDCA), sistemul de sugestii, metoda JUST IN TIME, metoda celor 3 S, metoda celor 5S)	Dezbaterea noțiunilor de bază, Brainstorming-ul, Lucrul pe bază de fișe, Muncă în echipă, Învățarea prin descoperire	4 ore
5. Asigurarea calității. Standardele de calitate.	Dezbaterea noțiunilor de bază, Brainstorming-ul, Lucrul pe bază de fișe, Muncă în echipă, Învățarea prin descoperire	6 ore
6. Documentația sistemului calității (manualul calității; planul calității; procedurile; documente operaționale de aplicare a sistemului calității: instrucțiuni de lucru, specificații, procese verbale, atestări)	Dezbaterea noțiunilor de bază, Brainstorming-ul, Lucrul pe bază de fișe, Muncă în echipă, Învățarea prin descoperire	6 ore

8.4 Bibliografie Seminar

1. Curs format electronic încărcat pe platforma S.U.M.S., 2022;
2. Burduș, E., Căprărescu, G., Androniceanu A., 2008, Managementul schimbării organizaționale, Ediția a treia, București, Editura Economică;
3. Falniță, E., Managementul total al calității, Editura Mirton, Timișoara, 2007

4. Păcurariu Ghe., Lile R., 2004 " Calitate şi standardizare în industria alimentară", Ed. Univ. Aurel Vlaicu Arad.
5. SR EN ISO 9004:2018 - Managementul calității. Calitatea unei organizații. Îndrumări pentru obținerea unui succes durabil

8.5 Conţinut Laborator	Metode de predare	Observaţii
8.6 Bibliografie Laborator		
8.7 Conţinut Proiect	Metode de predare	Observaţii
8.8 Bibliografie Proiect		

9. Coroborarea/validarea conţinuturilor disciplinei (acolo unde este cazul)

Disciplina are un conținut cu un pronunțat caracter pragmatic, prin care contribuie la formarea specialiștilor în domeniul managementului calității ce pot fi încadrați în orice organizație și la orice nivel de management de calitate.

10. Evaluare (acolo unde este cazul)

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1. Curs	**Susținere de proiecte/Rezolvarea de itemi în cadrul evaluării finale**	Evaluare scrisă/ Evaluare orală	50%
10.2. Seminar	**Elaborarea proiectelor în cadrul seminariilor/laboratoarelor și susținerea acestora/ Rezolvarea de itemi în cadrul evaluării finale**	Evaluare scrisă/ Evaluare orală	50%
10.3. Laborator			
10.4. Proiect			

10.5 Standard minim de performanţă

Rezolvarea corectă a 50% din evaluarea finală

Titular	Asistent	DIRECTOR DEPARTAMENT	DECAN
doctor Săplăcan Silviu Ilie	doctorand Sanda Cristina Maria	Conf.dr. Almasi Robert Cristian	Lect. univ. dr. Grigorie SANDA

MINISTERUL EDUCAŢIEI
UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU“ DIN ARAD
310130 Arad, B-dul Revoluției nr. 77, P.O. BOX 2/158 AR
Tel : 0040-257- 283010; fax. 0040-257- 280070
http://www.uav.ro; e-mail: rectorat@uav.ro
Operator de date cu caracter personal nr.2929

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre Program

1.1. Instituția de învățământ superior	**UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU” DIN ARAD**
1.2. Facultatea	**de Științe Economice**
1.3. Departamentul	**Departamentul de Discipline Economice**
1.4. Domeniul de studii	**Administrarea Afacerilor**
1.5. Anul universitar	**2022-2023**
1.6. Ciclul de studii	**Licență**
1.7. Specializarea / Programul de studii	**Economia comerțului, turismului și serviciilor**
1.8. Forma de învățământ	**Învățământ cu frecvență (IF)**

2. Date despre Disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	**ElCD3O03 Managementul resurselor umane**
2.2. Titular Plan învățământ	**doctor Spînu Adina Eleonora**
2.3. Asistent	**doctorand Sanda Cristina Maria**
2.4. Anul de studiu	**2**
2.5. Semestrul	**1**
2.6. Tipul de evaluare	**ES**
2.7. Regimul disciplinei	**Ob**

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	**4**
3.2. Ore de curs pe săptămână	**2**
3.3. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe săptămână	**2**
3.4. Total ore din planul de învățământ	**56**
3.5. Ore de curs pe semestru	**28**

3.6. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe semestru	**28**
	Distribuția fondului de timp [Ore]
3.4.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	**38**
3.4.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	**28**
3.4.3. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	**20**
3.4.4. Tutoriat	**4**
3.4.5. Examinări	**4**
3.4.6. Alte activități ...	**0**
3.7. Total ore studiu individual	**94**
3.8. Total ore pe semestru	**150**
3.9. Numărul de credite	**6**

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Precondiţii de curriculum	**Management**
4.2. Precondiţii de competenţe	**Cunoașterea și utilizarea noțiunilor de resurse umane**

5. Condiţii necesare (acolo unde este cazul)

5.1. Condiţii de desfășurare a cursului	
5.2. Condiţii de desfășurare a seminarului	
5.3. Condiţii de desfășurare a laboratorului	
5.4. Condiţii de desfășurare a proiectului	

6. Competenţele specifice acumulate (acolo unde este cazul)

6.1. Competenţe profesionale	**C6. Asistenţă în managementul resurselor umane** **C6.1 Identificarea adecvată a conceptelor legate de planificarea, organizarea, coordonarea şi controlul activităţii resurselor umane în contextul specificităţii pieţei muncii din domeniul administrării afacerilor** **C6.2 Explicarea şi interpretarea de situaţii/procese concrete din domeniul administrării afacerilor pentru interpretarea corectă a evoluţiilor pieţei muncii şi a evoluţiilor din interiorul firmelor în ceea ce priveşte angajaţii** **C6.3 Rezolvarea de probleme, situaţii, studii de caz specifice resurselor umane: recrutare, selecţie, motivare, salarizare, orarul de muncă., formare.** **C6.4 Estimarea necesarului de resurse umane în raport cu cerinţele de volum şi eficienţă a organizaţiei** **C6.5 Fundamentarea de proiecte de recrutare, selecţie, motivare, salarizare a resursei umane din domeniul administrării afacerilor**
6.2. Competenţe transversale	

7. Obiectivele disciplinei (acolo unde este cazul)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	**Obiectivul general al disciplinei este cunoașterea și înțelegerea cât mai deplină a rolului și importanței resursei umane în cadrul organizației.**
7.2. Obiectivele specifice	**• asigură studenților deprinderi și cunoștințe pe baza raționamentelor logice, pentru înțelegerea rolului resurselor umane ca fiind una dintre cele mai importante investiții ale unei organizații;** **• cunoașterea particularităților și a principalelor activități specifice managementului resurselor umane;** **• însușirea modelelor, tehnicilor, strategiilor și politicilor specifice managementului resurselor umane;** **• analiza, proiectarea, gestionarea și descrierea posturilor și specificațiilor acestora;** **• însușirea și cunoașterea modului în care se efectuează recrutarea, selecția, angajarea, promovarea și recompensarea resurselor umane.**

8. Conţinuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conţinut Curs	Metode de predare	Observaţii
1. Analiza și proiectarea posturilor	Prelegere	3 prelegeri 6 ore
2. Recrutarea și selecția resurselor umane	Prelegere	6 prelegeri 12 ore
3. Managementul carierei	Prelegere	3 prelegeri 6 ore
4. Managementul conflictelor	Prelegere	2 prelegeri 4 ore

8.2 Bibliografie Curs

1. Armstrong M., Managementul resurselor umane, Manual de practică, Editura CODECS, București, 2006;
2. Burloiu P., Managementul mondial al resurselor umane – o provocare, Editura Economică, București, 2010;
3. Currie D., Introducere în managementul resurselor umane, Editura CODECS, București, 2009;
4. Daniels A.C., Managementul performanței. Strategii de obținere a rezultatelor maxime de la angajați, Editura Polirom, Iași, 2007;
5. Ignat I., Comunicarea nonverbală pe timpul procesului de selecție și recrutare a resurselor umane, Editura Universității Naționale de Apărare „Carol I", București, 2009;
6. Lefter V., Managementul resurselor umane. Teorie și practică, Ediția a II-a, Editura Economică, București, 2008;
7. Manolescu A. (coordonator), Managementul resurselor umane – aplicații, Editura Economică, București, 2004;
8. Marinaș C.V., Managementul comparat al resurselor umane, Editura Economică, București, 2010;
9. Nica E., Gestiunea resurselor umane, Editura Economică, București, 2011;
10. Nica P., Managementul performanțelor resurselor umane, Editura Sedcom Libris, București, 2011;
11. Nicolescu O, Verboncu I., Managementul organizației, Editura Economică, București, 2007;
12. Popa I., Nicolescu O., Minidicționar de management. Strategia și managementul strategic, Editura Pro Universitaria, București, 2011;
13. Spînu Adina Eleonora, Managementul resurselor umane – Note de curs format electronic pe platforma SUMS, 2022;
14. Spînu M.N., Sturz A.E., Managementul resurselor umane – ediție revizuită, Editura Universității „Aurel Vlaicu", Arad, 2008;

8.3 Conţinut Seminar	Metode de predare	Observaţii
1. Motivarea angajaților și satisfacția muncii – abordare generală	Dezbatere	2 seminarii 4 ore
2. Conținutul postului, componente și metode folosite în analiza și evaluarea posturilor	Dezbatere	2 seminarii 4 ore
3. Locul recrutării în strategia generală a organizației. Surse și metode de recrutare	Dezbatere	2 seminarii 4 ore
4. Selecția personalului – metode, derularea procesului de selecție, decizia finală	Dezbatere	2 seminarii 4 ore
5. Metode de evaluare a performanțelor angajaților. Evitarea erorilor de evaluare.	Dezbatere	2 seminarii 4 ore
6. Planificarea carierei și dezvoltarea planului de carieră	Dezbatere	2 seminarii 4 ore
7. Strategii ale managementului conflictelor. Natura conflictului, cauze și tipuri de conflicte	Dezbatere	2 seminarii 4 ore

8.4 Bibliografie Seminar

1. Armstrong M., Managementul resurselor umane, Manual de practică, Editura CODECS, București, 2006;
2. Burloiu P., Managementul mondial al resurselor umane – o provocare, Editura Economică, București, 2010;
3. Currie D., Introducere în managementul resurselor umane, Editura CODECS, București, 2009;
4. Daniels A.C., Managementul performanței. Strategii de obținere a rezultatelor maxime de la angajați, Editura Polirom, Iași, 2007;
5. Ignat I., Comunicarea nonverbală pe timpul procesului de selecție și recrutare a resurselor umane, Editura Universității Naționale de Apărare „Carol I", București, 2009;
6. Lefter V., Managementul resurselor umane. Teorie și practică, Ediția a II-a, Editura Economică, București, 2008;
7. Manolescu A. (coordonator), Managementul resurselor umane – aplicații, Editura Economică, București, 2004;
8. Marinaș C.V., Managementul comparat al resurselor umane, Editura Economică, București, 2010;
9. Nica E., Gestiunea resurselor umane, Editura Economică, București, 2011;
10. Nica P., Managementul performanțelor resurselor umane, Editura Sedcom Libris, București, 2011;
11. Nicolescu O, Verboncu I., Managementul organizației, Editura Economică, București, 2007;
12. Popa I., Nicolescu O., Minidicționar de management. Strategia și managementul strategic, Editura Pro Universitaria, București, 2011;
13. Spînu Adina Eleonora, Managementul resurselor umane – Note de curs format electronic, 2022;
14. Spînu M.N., Sturz A.E., Managementul resurselor umane – ediție revizuită, Editura Universității „Aurel Vlaicu", Arad, 2008;

8.5 Conţinut Laborator	Metode de predare	Observaţii

8.6 Bibliografie Laborator

8.7 Conţinut Proiect	Metode de predare	Observaţii

8.8 Bibliografie Proiect

9. Coroborarea/validarea conținuturilor disciplinei (acolo unde este cazul)

Disciplina are un conținut cu pronunțat caracter pragmatic și informativ, prin care contribuie la formarea specialiștilor în domeniul resurselor umane.

10. Evaluare (acolo unde este cazul)

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1. Curs	**• Cunoașterea terminologiei utilizate în Managementul resurselor umane • Capacitatea de utilizare adecvată a noțiunilor din această disciplină**	Examen	70%
10.2. Seminar	**Însușirea problematicii tratate la curs și seminar**	Evaluare orală	30%
10.3. Laborator			
10.4. Proiect			

10.5 Standard minim de performanță

Cunoașterea principalelor activități ale managementului resurselor umane – gestionarea, recrutarea, selecția, angajarea și motivarea personalului

Titular	Asistent	DIRECTOR DEPARTAMENT	DECAN
doctor Spînu Adina Eleonora	doctorand Sanda Cristina Maria	Conf.dr. Almasi Robert Cristian	Lect. univ. dr. Grigorie SANDA

MINISTERUL EDUCAŢIEI
UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU“ DIN ARAD
310130 Arad, B-dul Revoluției nr. 77, P.O. BOX 2/158 AR
Tel : 0040-257- 283010; fax. 0040-257- 280070
http://www.uav.ro; e-mail: rectorat@uav.ro
Operator de date cu caracter personal nr.2929

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre Program

1.1. Instituția de învățământ superior	**UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU” DIN ARAD**
1.2. Facultatea	**de Științe Economice**
1.3. Departamentul	**Departamentul de Discipline Economice**
1.4. Domeniul de studii	**Administrarea Afacerilor**
1.5. Anul universitar	**2022-2023**
1.6. Ciclul de studii	**Licență**
1.7. Specializarea / Programul de studii	**Economia comerțului, turismului și serviciilor**
1.8. Forma de învățământ	**Învățământ cu frecvență (IF)**

2. Date despre Disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	**ElCD4A16 Managementul vânzării**
2.2. Titular Plan învățământ	**doctor Bîja Suzana Monica**
2.3. Asistent	**doctorand Faur Flaviu Casian**
2.4. Anul de studiu	**2**
2.5. Semestrul	**2**
2.6. Tipul de evaluare	**ES**
2.7. Regimul disciplinei	**Op**

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	**4**
3.2. Ore de curs pe săptămână	**2**
3.3. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe săptămână	**2**

3.4. Total ore din planul de învăţământ	**56**
3.5. Ore de curs pe semestru	**28**
3.6. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe semestru	**28**
	Distribuţia fondului de timp [Ore]
3.4.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe	**15**
3.4.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren	**15**
3.4.3. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri	**15**
3.4.4. Tutoriat	**8**
3.4.5. Examinări	**4**
3.4.6. Alte activităţi ...	**12**
3.7. Total ore studiu individual	**69**
3.8. Total ore pe semestru	**125**
3.9. Numărul de credite	**5**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1. Precondiţii de curriculum	**Cunoaşterea şi utilizarea principalelor noţiuni de management şi marketing**
4.2. Precondiţii de competenţe	

5. Condiţii necesare (acolo unde este cazul)

5.1. Condiţii de desfăşurare a cursului	
5.2. Condiţii de desfăşurare a seminarului	
5.3. Condiţii de desfăşurare a laboratorului	
5.4. Condiţii de desfăşurare a proiectului	

6. Competenţele specifice acumulate (acolo unde este cazul)

6.1. Competenţe profesionale	**C2. Comercializarea produselor/serviciilor** **C2.2 Explicarea şi interpretarea fluxurilor si a tehnicilor de comercializare diferenţiat după natura produselor şi serviciilor** **C2.3 Aplicarea unor modele şi instrumente de organizare a spaţiilor de vânzare şi depozitare** **C2.4 Analiza critic-constructivă a relaţiilor dintre consumatorii şi furnizorii specifici domeniului comerţ, turism şi servicii** **C2.5 Fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare – publicitate, promovare directă, relaţii publice, marketing direct** **C3. Gestionarea relatiilor cu clientii si furnizorii** **C3.1 Definirea conceptelor privind cererea şi oferta de bunuri şi servicii, inclusiv în activitatea de turism, a comportamentului consumatorilor şi a normelor de protecţie a acestora** **C3.2 Explicarea şi interpretarea fenomenelor şi proceselor economice specifice comerţului, turismului şi serviciilor pe baza conceptelor privind cererea şi oferta de servicii şi a comportamentului consumatorilor** **C3.3 Rezolvarea de probleme simple, bine definite, asociate vânzării produselor, inclusiv a celor turistice, prin consilierea clientului în luarea deciziei de cumpărare** **C3.4 Fundamentarea de studii şi analize, organizatorice şi de eficienţă a activităţii firmelor în vederea acordării de consiliere şi asistenţă** **C3.5 Consiliere şi asistenţă prin elaborarea de proiecte profesionale care răspund problemelor concrete ale clienţilor**
6.2. Competenţe transversale	**CT2. Identificarea rolurilor şi responsabilităţilor într-o echipă plurispecializată şi aplicarea de tehnici de relaţionare şi muncă eficientă în cadrul echipei**

7. Obiectivele disciplinei (acolo unde este cazul)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	**Însuşirea cunoştinţelor din domeniul managementului vânzării în vederea dezvoltării capacităţii şi aptitudinilor necesare şi înţelegerea implicării lor în performanţa organizaţiei. Familiarizarea cu posibilităţile de aplicare a cunoştinţelor teoretice pentru obţinerea unor rezultate bune în conducerea, organizarea şi realizarea proceselor de desfacere a rezultatelor producţiei**

7.2. Obiectivele specifice	**Descrierea conceptelor de bază și a metodelor specifice sistemului desfacerii și al relațiilor cu clienții;** **Utilizarea bazelor de date în aplicarea metodelor, tehnicilor și procedurilor manageriale;** **Explicarea teoriilor, metodelor și instrumentarului necesare elaborării strategiilor în domeniul vânzării;** **Aplicarea principiilor și metodelor de bază pentru eficientizarea departamentului de vânzare**

8. Conţinuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conţinut Curs	Metode de predare	Observaţii
I. Introducere în managementul vânzării II. Alegerea, urmărirea şi controlul clienţilor III. Planificarea şi organizarea unui proiect CRM IV. Implicaţiile noilor tehnologii ale informaţiei în managementul vânzării	Prelegerea, Discuţia, Conversaţia, Instruirea directă	4 ore 8 ore 8 ore 8 ore

8.2 Bibliografie Curs

1. Băsanu Gh., Pricop M.– Managementul aprovizionării şi desfacerii, Ed. Economică, Bucuresti, Ediţia IV-a 2012;
2. Bija Monica, 2022, Managementul vânzării - suport de curs în format electronic pe platforma SUMS Universităţii " Aurel Vlaicu" .
3. Carnegie, D. - Tehnici de a vinde. Editia a III-a, Editura Curtea Veche, 2014
4. Drăghici C. – Managementul relațiilor cu clienții, Ed. Sitech, Bucuresti, 2008.
5. Donaldson, B. - Managementul vanzarilor, Editura Codecs, 2001
6. Holiday, R- Secretul vanzarilor perene, Arta de a crea produse memorabile, Editura Act, 2020
7. Lădar L., Prada S. – Managementul asigurării resurselor materiale, Ed. Solness, Timisoara, 2002.
8. Rad L., Distribuția și logistica de marketing, Editura Economică, București, 2007;

8.3 Conţinut Seminar	Metode de predare	Observaţii
I. Managementul vânzării, concept, activităţi componente, organizarea departamentului de desfacere II. Metoda ABC de gestiune a clienţilor, calculul duratei medii de încasare a clienţilor III. Planificarea şi organizarea unui proiect CRM IV Prezentare proiecte	Discuţia, Conversaţia, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fişe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învăţarea prin descoperire, Învăţarea prin cooperare	4 ore 10 ore 10 ore 4 ore

8.4 Bibliografie Seminar

1. Băsanu Gh., Pricop M.– Managementul aprovizionării şi desfacerii, Ed. Economică, Bucuresti, Ediţia IV-a 2012;
2. Bija Monica, 2022, Managementul vânzării - suport de curs în format electronic pe platforma SUMS Universităţii " Aurel Vlaicu" .
3. Carnegie, D. - Tehnici de a vinde. Editia a III-a, Editura Curtea Veche, 2014
4. Drăghici C. – Managementul relațiilor cu clienții, Ed. Sitech, Bucuresti, 2008.
5. Donaldson, B. - Managementul vanzarilor, Editura Codecs, 2001
6. Holiday, R- Secretul vanzarilor perene, Arta de a crea produse memorabile, Editura Act, 2020
7. Lădar L., Prada S. – Managementul asigurării resurselor materiale, Ed. Solness, Timisoara, 2002.
8. Rad L., Distribuția și logistica de marketing, Editura Economică, București, 2007;

8.5 Conţinut Laborator	Metode de predare	Observaţii

8.6 Bibliografie Laborator

8.7 Conţinut Proiect	Metode de predare	Observaţii

8.8 Bibliografie Proiect

9. Coroborarea/validarea conţinuturilor disciplinei (acolo unde este cazul)

10. Evaluare (acolo unde este cazul)

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1. Curs	**•aplicarea logică corectă şi cooerentă a noţiunilor însuşite; •explicarea logică şi corectă a rezultatelor obţinute**	Evaluare scrisa	75%
10.2. Seminar		Evaluare	25%

	•capacitatea de a aplica în practică noțiunile însușite •aplicarea logică corectă și cooerentă a noțiunilor însușite; •explicarea logică și corectă a rezultatelor obținute	orala	
10.3. Laborator			
10.4. Proiect			
10.5 Standard minim de performanță			

Titular doctor Bîja Suzana Monica	Asistent doctorand Faur Flaviu Casian	DIRECTOR DEPARTAMENT Conf.dr. Almasi Robert Cristian	DECAN Lect. univ. dr. Grigorie SANDA

MINISTERUL EDUCAŢIEI
UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU“ DIN ARAD
310130 Arad, B-dul Revoluției nr. 77, P.O. BOX 2/158 AR
Tel : 0040-257- 283010; fax. 0040-257- 280070
http://www.uav.ro; e-mail: rectorat@uav.ro
Operator de date cu caracter personal nr.2929

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre Program

1.1. Instituția de învățământ superior	**UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU” DIN ARAD**
1.2. Facultatea	**de Științe Economice**
1.3. Departamentul	**Departamentul de Discipline Economice**
1.4. Domeniul de studii	**Administrarea Afacerilor**
1.5. Anul universitar	**2022-2023**
1.6. Ciclul de studii	**Licență**
1.7. Specializarea / Programul de studii	**Economia comerțului, turismului și serviciilor**
1.8. Forma de învățământ	**Învățământ cu frecvență (IF)**

2. Date despre Disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	**ElCD4O09 Economia întreprinderii**
2.2. Titular Plan învățământ	**doctor Rusu Sergiu**
2.3. Asistent	**doctor Rusu Sergiu**
2.4. Anul de studiu	**2**
2.5. Semestrul	**2**
2.6. Tipul de evaluare	**ES**
2.7. Regimul disciplinei	**Ob**

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	**4**
3.2. Ore de curs pe săptămână	**2**
3.3. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe săptămână	**2**
3.4. Total ore din planul de învățământ	**56**
3.5. Ore de curs pe semestru	**28**

3.6. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe semestru	**28**
	Distribuția fondului de timp [Ore]
3.4.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	**69**
3.4.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	**0**
3.4.3. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	**0**
3.4.4. Tutoriat	**0**
3.4.5. Examinări	**0**
3.4.6. Alte activități ...	**0**
3.7. Total ore studiu individual	**69**
3.8. Total ore pe semestru	**125**
3.9. Numărul de credite	**5**

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Precondiții de curriculum	
4.2. Precondiții de competențe	

5. Condiții necesare (acolo unde este cazul)

5.1. Condiții de desfășurare a cursului	
5.2. Condiții de desfășurare a seminarului	
5.3. Condiții de desfășurare a laboratorului	
5.4. Condiții de desfășurare a proiectului	

6. Competențele specifice acumulate (acolo unde este cazul)

6.1. Competențe profesionale	**• C1. Realizarea prestatiilor in comert, turism si servicii** **• C1.1 Definirea adecvată a conceptelor și principiilor specifice teoriei economice, precum și a celor din domeniul comerțului, turismului și serviciilor** **• C1.2 Explicarea și interpretarea de date si informații din punct de vedere cantitativ și calitativ, pentru formularea de argumente și decizii concrete asociate comerțului, turismului și serviciilor** **• C1.3 Rezolvarea problemelor în contexte bine definite asociate: conceperii, planificării și executării de activități în cadrul firmelor de comerț, turism și servicii** **• C2. Comercializarea produselor/serviciilor** **• C2.1 Descrierea modalităților de concepere a prodului turistic, a tehnicilor de comercializare și a comportamentului agenților economici în contextul creat de legislația și regulamentele aferente în vigoare.** **• C2.2 Explicarea și interpretarea fluxurilor si a tehnicilor de comercializare diferențiat după natura produselor și serviciilor** **• C2.3 Aplicarea unor modele și instrumente de organizare a spațiilor de vânzare și depozitare**
6.2. Competențe transversale	**• CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă** **• CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei.**

7. Obiectivele disciplinei (acolo unde este cazul)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	**• Însușirea de către studenți a conceptului de intreprindere și importanța acestuia în economie. Predarea se va face la un nivel accesibil studenților, se va păstra un nivel științific adecvat în procesul de predare și verificare a cunoștințelor, se vor da aplicații sugestive și exemple de lucru concrete.**
7.2. Obiectivele specifice	**• Asigură studenților deprinderi și cunoștințe pe baza raționamentelor logice, pentru înțelegerea conceptului de intreprindere. Înțelegerea noțiunii de „întreprindere”, rolul întreprinderii în cadrul economiei, cunoașterea principalelor componente ale mediului ambiant al întreprinderii, precum și relațiile care se stabilesc cu acesta, abordarea sistemică a întreprinderii, identificarea funcțiilor întreprinderii, proiectarea sau reproiectarea structurii organizatorice a întreprinderii, definirea procesului de producție și prezentarea metodelor de organizare a producției, elaborarea strategiilor economice ale întreprinderii.**

8. Conţinuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conţinut Curs	Metode de predare	Observaţii
1. Elemente introductive privind economia întreprinderii. Conceptul de „întreprindere”. Întreprinderea - agent economic şi obiect al managementului. Tipologia întreprinderilor 2. Implicarea factorilor de mediu în activitatea întreprinderii moderne. Consideraţii generale privind relaţia întreprindere-mediu ambiant. Componentele mediului ambiant al întreprinderii 3. Abordarea sistemică a întreprinderii. Întreprinderea – sistem organizat; Întreprinderea – sistem condus; Întreprinderea – sistem deschis; Întreprinderea – sistem cu finalitate 4. Organizarea procesuală şi structurală a întreprinderii; Organizarea procesuală a întreprinderii. Efectele organizării procesuale (funcţiunea, activitatea, atribuţia, sarcina); Organizarea structurală a întreprinderii. Componentele structurii organizatorice (postul, funcţia, compartimentul de muncă, nivelul ierarhic, ponderea ierarhică, relaţiile organizatorice 5. Proiectarea structurii organizatorice a întreprinderii. Principiile proiectării structurii organizatorice. 6. Funcţiile managementului şi funcţiunile întreprinderii 7. Procesul de producţie şi organizarea acestuia. Tipuri de producţie, criterii de clasificare. Caracteristici 8. Strategii economice ale întreprinderii. Tipologia strategiilor economice. Elaborarea strategiilor economice	Prelegere, prezentare videoproiector	

8.2 Bibliografie Curs

Bibliografie

1. Bărbulescu C, Gavrilă T., (coord.), Economia şi gestiunea întreprinderii, ediţia a doua, Editura Economică, Bucureşti, 1999
2. Balaam D., Veseth M., Introduction to International Political Economy, 3rd Edition, Pearson Prentice Hall, 2005
3. Begg D., Ward D., Economics for Business, 2nd Edition, McGraw-Hill Education, 2007
4. Constantinescu D., Nistorescu T., Tumbăr C., Meghişan Gh., Economia întreprinderii, Editura Economică, Bucureşti, 2000
5. Gillespie A., Business Economics, Oxford University Press, 2010
6. Hapenciuc V., Economia întreprinderii, Editura Sedcom Libris, Iaşi, 2008
7. Lile R., Bălan L., Bazele economiei întreprinderii, Editura Universităţii “Aurel Vlaicu” din Arad, 2008;
8. Nicolescu O., Management, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1992
9. Olaru D.S., Soare C.R., Economia şi gestiunea întreprinderii, Editura Lumina Lex, Bucureşti, 2002
10. Rusu S., Bazele economiei întreprinderii, Editura Universităţii “Aurel Vlaicu” din Arad, 2014
11. Rusu S., Economia întreprinderii - Curs platforma online
12. Rusu S., Antreprenoriat în turism şi industria ospitalităţii, Editura CH Beck, Bucureşti, 2014
13. Samochiş B., Purdea D., (coord.), Economia întreprinderii, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2007
14. Toma S.G., Modreanu A., Antreprenoriat şi administrarea afacerilor. Teste şi aplicaţii, Editura Universitară, Bucureşti, 2021
15. Vrânceanu R., Guyot M., Bazele microeconomiei întreprinderii, Editura Polirom, Bucureşti, 2004

8.3 Conţinut Seminar	Metode de predare	Observaţii
1. Planul - instrument de concretizare şi realizare a strategiei economice 2. Planul de afaceri. Definire şi importanţă. Funcţiile şi rolul planului de afaceri. Prezentarea planului de afaceri. Conceperea şi elaborarea unui plan de afaceri. Analiza viabilităţii ideii de afaceri. Structura şi elaborarea propriu-zisă a planului de afaceri 3. Nevoile si sursele de financiare ale întreprinderii. Modalităţile de dezvoltare ale întreprinderii 4. Organizarea procesuală si structurală a întreprinderii. Procesele economice ale întreprinderii. Optimizarea proceselor economice. Analiza PEST si SWOT 5. Internaţionalizarea şi firmele multinaţionale	Discuţia, Conversaţia, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fişe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învăţarea prin descoperire, Învăţarea prin cooperare	

8.4 Bibliografie Seminar

1. Bărbulescu C, Gavrilă T., (coord.), Economia şi gestiunea întreprinderii, ediţia a doua, Editura Economică, Bucureşti, 1999
2. Lile R., Bălan L., Bazele economiei întreprinderii, Editura Universităţii “Aurel Vlaicu” din Arad, 2008;
3. Rusu S., Bazele economiei întreprinderii, Editura Universităţii “Aurel Vlaicu” din Arad, 2014
4. Rusu S., Economia întreprinderii - Curs platforma online
5. Samochiş B., Purdea D., (coord.), Economia întreprinderii, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2007
6. Vrânceanu R., Guyot M., Bazele microeconomiei întreprinderii, Editura Polirom, Bucureşti, 2004

8.5 Conţinut Laborator	Metode de predare	Observaţii

8.6 Bibliografie Laborator

8.7 Conţinut Proiect	Metode de predare	Observaţii

8.8 Bibliografie Proiect

9. Coroborarea/validarea conţinuturilor disciplinei (acolo unde este cazul)

Prin conţinuturile sale, disciplina contribuie la formarea specialiştilor.

10. Evaluare (acolo unde este cazul)

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1. Curs	**Cunoaşterea terminologiei specifice, capacitatea de utilizare a noţiunilor specifice**	examen	50%
10.2. Seminar	**Promptitudine în realizarea activităţilor Participarea activă la seminarii Capacitatea de a utiliza cunştinţele acumulate Realizarea proiectului aferent disciplinei**	Portofoliu - Susținerea de către student a proiectului	50%
10.3. Laborator			
10.4. Proiect			

10.5 Standard minim de performanţă

- **Obţinerea cel puţin a notei 5(cinci) la examinarea finală**

Titular	Asistent	DIRECTOR DEPARTAMENT	DECAN
doctor Rusu Sergiu	doctor Rusu Sergiu	Conf.dr. Almasi Robert Cristian	Lect. univ. dr. Grigorie SANDA

MINISTERUL EDUCAŢIEI
UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU“ DIN ARAD
310130 Arad, B-dul Revoluției nr. 77, P.O. BOX 2/158 AR
Tel : 0040-257- 283010; fax. 0040-257- 280070
http://www.uav.ro; e-mail: rectorat@uav.ro
Operator de date cu caracter personal nr.2929

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre Program

1.1. Instituția de învățământ superior	**UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU” DIN ARAD**
1.2. Facultatea	**de Științe Economice**
1.3. Departamentul	**Departamentul de Discipline Economice**
1.4. Domeniul de studii	**Administrarea Afacerilor**
1.5. Anul universitar	**2022-2023**
1.6. Ciclul de studii	**Licență**
1.7. Specializarea / Programul de studii	**Economia comerțului, turismului și serviciilor**
1.8. Forma de învățământ	**Învățământ cu frecvență (IF)**

2. Date despre Disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	**ElCD4O11 Comportamentul consumatorului**
2.2. Titular Plan învățământ	**doctor Isac Florin Lucian**
2.3. Asistent	**doctor Rusu Corina Maria**
2.4. Anul de studiu	**2**
2.5. Semestrul	**2**
2.6. Tipul de evaluare	**ES**
2.7. Regimul disciplinei	**Ob**

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	**4**
3.2. Ore de curs pe săptămână	**2**
3.3. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe săptămână	**2**
3.4. Total ore din planul de învățământ	**56**
3.5. Ore de curs pe semestru	**28**

3.6. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe semestru	**28**
	Distribuţia fondului de timp [Ore]
3.4.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe	**30**
3.4.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren	**20**
3.4.3. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri	**20**
3.4.4. Tutoriat	**4**
3.4.5. Examinări	**8**
3.4.6. Alte activităţi ...	**12**
3.7. Total ore studiu individual	**94**
3.8. Total ore pe semestru	**150**
3.9. Numărul de credite	**6**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1. Precondiţii de curriculum	**Marketing**
4.2. Precondiţii de competenţe	**Cunoaşterea şi utilizarea conceptelor de bază din sfera marketingului**

5. Condiţii necesare (acolo unde este cazul)

5.1. Condiţii de desfăşurare a cursului	**Studenţii nu se vor prezenta la cursuri cu telefoanele mobile deschise, nefiind tolerate convorbirile telefonice în timpul desfăşurării activităţilor didactice. Nu se acceptă întârzieri la curs**
5.2. Condiţii de desfăşurare a seminarului	**Termenul de predare a studiilor de caz/lucrării de seminar se stabileşte de comun acord de către titular şi student. Întârzierile în predare se acceptă doar pentru motive bine întemeiate**
5.3. Condiţii de desfăşurare a laboratorului	
5.4. Condiţii de desfăşurare a proiectului	

6. Competenţele specifice acumulate (acolo unde este cazul)

6.1. Competenţe profesionale	**C1. Realizarea prestaţiilor in comerţ, turism si servicii** **C1.1** **Definirea adecvată a conceptelor şi principiilor specifice teoriei economice, precum şi a celor din domeniul comerţului, turismului şi serviciilor** **C1.4** **Culegerea şi prelucrarea de date din surse documentare alternative şi din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor care influenţează realizarea prestaţiilor în organizaţiile din comerţ, turism şi servicii** **C3. Gestionarea relaţiilor cu clienţii si furnizorii** **C3.2 Explicarea şi interpretarea fenomenelor şi proceselor economice specifice comerţului, turismului şi serviciilor pe baza conceptelor privind cererea şi oferta de servicii şi a comportamentului consumatorilor** **C3.3 Rezolvarea de probleme simple, bine definite, asociate vânzării produselor, inclusiv a celor turistice, prin consilierea clientului în luarea deciziei de cumpărare**
6.2. Competenţe transversale	

7. Obiectivele disciplinei (acolo unde este cazul)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	

	Obiectivul fundamental este însuşirea de către studenţi a noţiunilor teoretice şi dobândirea de abilităţi practice legate de cercetarea comportamentului consumatorilor individuali şi organizaţionali.
7.2. Obiectivele specifice	**Aprofundarea rolului şi importanţei studiului comportamentului consumatorului pentru activitatea managerială** **Fundamentarea de studii cantitative şi calitative pentru investigarea comportamentului consumatorului** **Elaborarea şi implementarea strategiei de marketing pe baza studiului comportamentului consumatorului**

8. Conţinuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conţinut Curs	Metode de predare	Observaţii
I. Noţiunea, conţinutul şi dimensiunile comportamentului consumatorului. 1.1. Ce este comportamentul consumatorului? 1.2. Evoluţia conceptului de comportament al consumatorului 1.3. Comportamentul consumatorului: ştiinţă interdisciplinară 1.4. Principii fundamentale în investigarea comportamentului consumatorului	Discuţia, Conversaţia, Instruirea directă	2 ore
II. Procese psihologice elementare în explicarea comportamentului consumatorului 2.1. Percepţia consumatorului 2.2. Învăţarea consumatorului 2.3. Memorizarea şi organizarea cunoştinţelor 2.4. Implicarea consumatorului	Discuţia, Conversaţia, Instruirea directă	4 ore
III. Diferenţe individuale şi comportamentul consumatorului 3.1. Factori demografici, psihografici şi de personalitate 3.2. Motivaţia consumatorului 3.3. Intenţiile, atitudinile, credinţele şi sentimentele consumatorului 3.4. Cunoştinţele consumatorului	Discuţia, Conversaţia, Instruirea directă	6 ore
IV. Influenţele mediului(exogene) asupra comportamentului consumatorului 4.1. Cultura 4.2. Clasa socială 4.3. Influenţa familiei şi gospodăriei asupra comportamentului consumatorului 4.4. Grupurile de referinţă şi influenţele interpersonale 4.5. Factorii situaţionali (de contingenţă)	Discuţia, Conversaţia, Instruirea directă	6 ore
V. Procesul decizional al consumatorului 5.1. Etapele procesului decizional 5.2. Tipuri de comportamente de cumpărare	Discuţia, Conversaţia, Instruirea directă	4 ore
VI.Comportamentul consumatorului organizaţional 6.1.Pieţele organizaţionale: tipologie şi caracteristici 6.2.. Factori care influenţează comportamentul consumatorului organizaţional 6.3. Decizii de cumpărare organizaţională	Discuţia, Conversaţia, Instruirea directă	4 ore
VII Comportamentul consumatorului de servicii turistice 7.1. Particularităţi ale studierii comportamentului turiştilor 7.2. Motivaţia turiştilor 7.3. Procesul deciziei de cumpărare în cazul produselor turistice	Discuţia, Conversaţia, Instruirea directă	2 ore

8.2 Bibliografie Curs

1. Blackwell, R.D, Miniard, P.W, Engel, J.F – Consumer Behavior, ninth edition, SouthWestern, 2001
2. Blythe, J – Comportamentul consumatorului. Strategii şi tactici. Atragerea clientelei. Reacţia consumatorului, Ed. Teora, Bucureşti, 1998
3. Cătoiu I., Teodorescu, N – Comportamentul consumatorului. Teorie şi Practică, Ed. Economică, Bucureşti, 1997
4. Cătoiu I, Teodorescu N. – Comportamentul consumatorului – Abordare instrumentală, Ed. Uranus, Bucureşti, 2001
5. Dobre C – Comportamentul consumatorului şi strategia de comunicare a firmei, Ed. Solness, Timişoara, 2002
6. Dobre,C.-Comportamentul consumatorului şi practica de marketing, Ed.Mirton, Timişoara, 2005
7. Dobre, C., Milovan, A.M.- Marketing online şi social media, ed. CH BECK, Bucureşti, 2019, capitolul 2 Comportamentul consumatorului în mediul online, p.50-66
8. Horner, S., Swarbrooke, J.- Consumer Behaviour in Tourism, Butterworth-Heinemann, Elsevier Ltd,,2007
9. Isac, F.L.-Comportamentul consumatorului, Ed.Mirton,Timişoara, 2009.
10. Isac,F.L.-Comportamentul consumatorului.. Suport de curs pentru uzul studenţilor postat pe platforma SUMS, 2022
11. Plăiaş, I. – Comportamentul consumatorului, Ed. Intelcredo, 1997.
12. Plăiaş, I. – Comportamentul consumatorului- curs universitar, UBB Cluj Napoca, 2010.
13. Schiffman, G.L, Kanuk, L.L- Consumer Behavior, Pearson Prentice Hall, New York, 2007
14. Tecău, Alina Simona- Comportamentul consumatorului, Ed. Universitară, Bucureşti,2013.

8.3 Conţinut Seminar	Metode de predare	Observaţii
Metode şi tehnici de investigare cantitativă a comportamentului consumatorului- ancheta pe bază de chestionar	Discuţia, Conversaţia, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fişe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învăţarea prin descoperire, Învăţarea prin cooperare	6 ore
Tehnici de cercetare calitativă a comportamentului consumatorului	Discuţia, Conversaţia, Chestionarea	4 ore

	orală, Lucrul pe bază de fişe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învăţarea prin descoperire, Învăţarea prin cooperare	
Studii de caz pentru aprofundarea proceselor fundamentale în comportamentul consumatorului (percepţie, învăţare, atitudini, motivaţie, personalitate, cultură).	Discuţia, Conversaţia, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fişe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învăţarea prin descoperire, Învăţarea prin cooperare	10 ore
Cercetarea proceselor postcumpărare- satisfacţia şi loialitatea consumatorului	Discuţia, Conversaţia, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fişe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învăţarea prin descoperire, Învăţarea prin cooperare	4 ore
Studii privind comportamentul consumatorului de servicii turistice	Discuţia, Conversaţia, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fişe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învăţarea prin descoperire, Învăţarea prin cooperare	4 ore

8.4 Bibliografie Seminar

1. Blackwell, R.D, Miniard, P.W, Engel, J.F – Consumer Behavior, ninth edition, SouthWestern, 2001
2. Blythe, J – Comportamentul consumatorului. Strategii şi tactici. Atragerea clientelei. Reacţia consumatorului, Ed. Teora, Bucureşti, 1998
3. Cătoiu I., Teodorescu, N – Comportamentul consumatorului. Teorie şi Practică, Ed. Economică, Bucureşti, 1997
4. Cătoiu I, Teodorescu N. – Comportamentul consumatorului – Abordare instrumentală, Ed. Uranus, Bucureşti, 2001
5. Dobre C – Comportamentul consumatorului şi strategia de comunicare a firmei, Ed. Solness, Timişoara, 2002
6. Dobre,C.-Comportamentul consumatorului şi practica de marketing, Ed.Mirton, Timişoara, 2005
7. Dobre, C., Milovan, A.M.- Marketing online şi social media, ed. CH BECK, Bucureşti, 2019, capitolul 2 Comportamentul consumatorului în mediul online, p.50-66
8. Horner, S., Swarbrooke, J.- Consumer Behaviour in Tourism, Butterworth-Heinemann, Elsevier Ltd,,2007
9. Isac, F.L.-Comportamentul consumatorului, Ed.Mirton,Timişoara, 2009.
10. Isac,F.L.-Comportamentul consumatorului.. Suport de curs pentru uzul studenţilor postat pe platforma SUMS, 2022
11. Plăiaş, I. – Comportamentul consumatorului, Ed. Intelcredo, 1997.
12. Plăiaş, I. – Comportamentul consumatorului- curs universitar, UBB Cluj Napoca, 2010.
13. Schiffman, G.L, Kanuk, L.L- Consumer Behavior, Pearson Prentice Hall, New York, 2007
14. Tecău, Alina Simona- Comportamentul consumatorului, Ed. Universitară, Bucureşti,2013.

8.5 Conţinut Laborator	Metode de predare	Observaţii
8.6 Bibliografie Laborator		
8.7 Conţinut Proiect	Metode de predare	Observaţii
8.8 Bibliografie Proiect		

9. Coroborarea/validarea conţinuturilor disciplinei (acolo unde este cazul)

Pentru schiţarea conţinuturilor şi alegerea metodelor de predare/învăţare, titularii de disciplină au organizat sau participat la întâlniri cu cadre didactice din domeniu, titulare în alte instituţii de învăţământ superior, cu organismele specializate în asigurarea protecţiei consumatorilor şi cu reprezentanţii mediului de afaceri (firme de servicii, comerţ, agenţii de turism, hoteluri, restaurante)

10. Evaluare (acolo unde este cazul)

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1. Curs	**Cunoaşterea terminologiei specifice, capacitatea de utilizare a noţiunilor specifice**	Examen, evaluarea contribuţiilor pe parcursul semestrului	50%
10.2. Seminar	**Însuşirea problematicii tratate la curs şi la seminar; evaluarea argumentelor proprii sau ale colegilor; capacitatea de a construi propriile argumente pro şi contra studiate**	Prezentare portofoliu proiect/studii de caz,aprecierea implicării active în problematica discutată, cuantificarea originalităţii soluţiilor prezentate	50%

10.3. Laborator			
10.4. Proiect			

10.5 Standard minim de performanță

Obținerea a minim notei 5(cinci) la examinarea finală. Prezentarea portofoliului cu studii de caz/eseuri la termenele stabilite

Titular	Asistent	DIRECTOR DEPARTAMENT	DECAN
doctor Isac Florin Lucian	doctor Rusu Corina Maria	Conf.dr. Almasi Robert Cristian	Lect. univ. dr. Grigorie SANDA

MINISTERUL EDUCAŢIEI
UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU“ DIN ARAD
310130 Arad, B-dul Revoluției nr. 77, P.O. BOX 2/158 AR
Tel : 0040-257- 283010; fax. 0040-257- 280070
http://www.uav.ro; e-mail: rectorat@uav.ro
Operator de date cu caracter personal nr.2929

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre Program

1.1. Instituția de învățământ superior	**UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU” DIN ARAD**
1.2. Facultatea	**de Științe Economice**
1.3. Departamentul	**Departamentul de Discipline Economice**
1.4. Domeniul de studii	**Administrarea Afacerilor**
1.5. Anul universitar	**2022-2023**
1.6. Ciclul de studii	**Licență**
1.7. Specializarea / Programul de studii	**Economia comerțului, turismului și serviciilor**
1.8. Forma de învățământ	**Învățământ cu frecvență (IF)**

2. Date despre Disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	**ElCD4O13 Practică de specialitate**
2.2. Titular Plan învățământ	**doctor Rusu Sergiu**
2.3. Asistent	**doctor Rusu Sergiu**
2.4. Anul de studiu	**2**
2.5. Semestrul	**2**
2.6. Tipul de evaluare	**ES**
2.7. Regimul disciplinei	**Ob**

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	**6**
3.2. Ore de curs pe săptămână	**0**
3.3. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe săptămână	**6**
3.4. Total ore din planul de învățământ	**84**
3.5. Ore de curs pe semestru	**0**

3.6. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe semestru	**84**
	Distribuţia fondului de timp [Ore]
3.4.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe	**0**
3.4.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren	**0**
3.4.3. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri	**0**
3.4.4. Tutoriat	**0**
3.4.5. Examinări	**0**
3.4.6. Alte activităţi ...	**0**
3.7. Total ore studiu individual	**0**
3.8. Total ore pe semestru	**84**
3.9. Numărul de credite	**3**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1. Precondiţii de curriculum	
4.2. Precondiţii de competenţe	

5. Condiţii necesare (acolo unde este cazul)

5.1. Condiţii de desfăşurare a cursului	
5.2. Condiţii de desfăşurare a seminarului	
5.3. Condiţii de desfăşurare a laboratorului	
5.4. Condiţii de desfăşurare a proiectului	

6. Competenţele specifice acumulate (acolo unde este cazul)

6.1. Competenţe profesionale	**C3. Gestionarea relatiilor cu clientii si furnizorii** **C3.1 Definirea conceptelor privind cererea şi oferta de bunuri şi servicii, inclusiv în activitatea de turism, a comportamentului consumatorilor şi a normelor de protecţie a acestora** **C3.2 Explicarea şi interpretarea fenomenelor şi proceselor economice specifice comerţului, turismului şi serviciilor pe baza conceptelor privind cererea şi oferta de servicii şi a comportamentului consumatorilor** **C5. Asigurarea calităţii prestaţiilor in comert, turism si servicii** **C5.1 Definirea adecvată a conceptelor şi principiilor specifice managementului calităţii aplicat serviciilor** **C5.2 Explicarea şi interpretarea unor variate tipuri de concepte, situaţii şi procese asociate sistemelor de asigurare a calităţii în servicii** **C5.3 Aplicarea unor principii şi metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situaţii specifice asigurării calităţii în comerţ, turism şi servicii**
6.2. Competenţe transversale	**CT1. Aplicarea principiilor, normelor şi valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă şi responsabilă** **CT2. Identificarea rolurilor şi responsabilităţilor într-o echipă plurispecializată şi aplicarea de tehnici de relaţionare şi muncă eficientă în cadrul echipei**

7. Obiectivele disciplinei (acolo unde este cazul)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	**Însuşirea de către studenţi a ideii de studiu practic la o companie/firma de profil. Predarea se va face la un nivel accesibil studenţilor, se va păstra un nivel ştiinţific adecvat în procesul de predare şi verificare a cunoştinţelor, se vor da aplicaţii sugestive şi exemple de lucru concrete.**
7.2. Obiectivele specifice	**Asigură studenţilor deprinderi şi cunoştinţe pe baza raţionamentelor logice.**

8. Conţinuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conţinut Curs	Metode de predare	Observaţii
8.2 Bibliografie Curs		

8.3 Conţinut Seminar	Metode de predare	Observaţii
Descrierea activităţii de practică de specialitate în administrarea afacerilor Regulament privind cadrul general de organizare şi desfăşurare a activităţilor de practică Responsabilităţi cu privire la organizarea şi desfăşurarea activităţii de practică Obiective, sarcini şi evaluarea activităţii de practică de specialitate Repere privind activitatea de practică de specialitate	Discuţia, Conversaţia, Chestionarea orală, Brainstorming	

8.4 Bibliografie Seminar

1. Cătoiu I. (coordonator), Cercetări de marketing, Editura Univers, Bucureşti, 2002
2. Cândea M., Erdeli G., Peptenatu D., Simon T., Potenţialul turistic al României, Editura Universitară, Bucureşti, 2003;
3. Constantinescu Victor-George, Strategii de promovare a destinaţiilor turistice utilizate de agenţiile de turism, Editura Economică, Bucureşti, 2021
4. Csorba Luiela, Băra Eva, Economia comerţului, Editura Universităţii Aurel Vlaicu, Arad, 2008;
5. Glăvan V., Turism Rural. Agroturism. Turism durabil. Ecoturism, Editura Economică, Bucureşti, 2003;
6. Ioncică M., Economia serviciilor. Abordări teoretice şi implicaţii practice, Editura Uranus, Bucureşti, 2006;
7. Ioncică M. Economia serviciilor, Editura Uranus, Bucureşti, 2000;
8. Isac F., Rusu S., Management şi marketing în turism, Editura Mirton, Timişoara, 2007;
9. Isac F., Rusu S., Administrarea afacerilor în turism, Editura Mirton, Timişoara, 2009;
10. Lile R., Băra E., Bîja M., Tehnologie hotelieră şi de restaurant, Editura Universităţii Aurel Vlaicu, Arad, 2010;
11. Năstase Dan, Logistica mărfurilor, Editura Arvin Press, Bucureşti, 2009;
12. Rusu S., Antreprenoriat în turism şi industria ospitalităţii, Editura CH Beck, Bucureşti, 2014;
13. Kotler Philip, Principiile marketingului, Editura Teora, Bucureşti, 1998;
14. Lile R., Băra E., Bîja M., Tehnologie hotelieră şi de restaurant, Editura Universităţii Aurel Vlaicu, Arad, 2010;
15. Lile R., Bălan L., Economia intreprinderii în afaceri, Editura Universităţii Aurel Vlaicu, Arad, 2006;
16. Maxim O., Mărfuri alimentare şi securitatea consumatorului, Editura Universităţii Aurel Vlaicu, Arad, 2009;

8.5 Conţinut Laborator	Metode de predare	Observaţii

8.6 Bibliografie Laborator

8.7 Conţinut Proiect	Metode de predare	Observaţii

8.8 Bibliografie Proiect

9. Coroborarea/validarea conţinuturilor disciplinei (acolo unde este cazul)

Prin conţinuturile sale, disciplina contribuie la formarea specialiştilor respectiv la cunoaşterea unităţii economice şi a modului de desfăşurare a proceselor de economice specifice serviciilor (financiar-bancare, poştale, de transport, sănătate, învăţământ, editoriale, comerciale, etc.) la nivelul firmei.

10. Evaluare (acolo unde este cazul)

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1. Curs			
10.2. Seminar			
10.3. Laborator			
10.4. Proiect			

10.5 Standard minim de performanţă

Obţinerea cel puţin a notei 5(cinci) la examinarea finală.
Elaborarea portofoliului/caietului de practică şi oferirea de răspunsuri corecte la minimum 50% din întrebările adresate oral

Titular	Asistent	DIRECTOR DEPARTAMENT	DECAN
doctor Rusu Sergiu	doctor Rusu Sergiu	Conf.dr. Almasi Robert Cristian	Lect. univ. dr. Grigorie SANDA

MINISTERUL EDUCAŢIEI
UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU“ DIN ARAD
310130 Arad, B-dul Revoluției nr. 77, P.O. BOX 2/158 AR
Tel : 0040-257- 283010; fax. 0040-257- 280070
http://www.uav.ro; e-mail: rectorat@uav.ro
Operator de date cu caracter personal nr.2929

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre Program

1.1. Instituția de învățământ superior	**UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU” DIN ARAD**
1.2. Facultatea	**de Științe Economice**
1.3. Departamentul	**Departamentul de Discipline Economice**
1.4. Domeniul de studii	**Administrarea Afacerilor**
1.5. Anul universitar	**2022-2023**
1.6. Ciclul de studii	**Licență**
1.7. Specializarea / Programul de studii	**Economia comerțului, turismului și serviciilor**
1.8. Forma de învățământ	**Învățământ cu frecvență (IF)**

2. Date despre Disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	**ElCF3O01 Dreptul afacerilor**
2.2. Titular Plan învățământ	**conf.univ.dr. Stoian Camelia Daciana**
2.3. Asistent	**conf.univ.dr. Stoian Camelia Daciana**
2.4. Anul de studiu	**2**
2.5. Semestrul	**1**
2.6. Tipul de evaluare	**ES**
2.7. Regimul disciplinei	**Ob**

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	**1**
3.2. Ore de curs pe săptămână	**1**
3.3. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe săptămână	**0**
3.4. Total ore din planul de învățământ	**14**
3.5. Ore de curs pe semestru	**14**

3.6. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe semestru	**0**
	Distribuția fondului de timp [Ore]
3.4.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	**30**
3.4.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	**25**
3.4.3. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	**25**
3.4.4. Tutoriat	**2**
3.4.5. Examinări	**4**
3.4.6. Alte activități ...	**0**
3.7. Total ore studiu individual	**86**
3.8. Total ore pe semestru	**100**
3.9. Numărul de credite	**4**

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Precondiții de curriculum	
4.2. Precondiții de competențe	

5. Condiții necesare (acolo unde este cazul)

5.1. Condiții de desfășurare a cursului	
5.2. Condiții de desfășurare a seminarului	
5.3. Condiții de desfășurare a laboratorului	
5.4. Condiții de desfășurare a proiectului	

6. Competențele specifice acumulate (acolo unde este cazul)

6.1. Competențe profesionale	
6.2. Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei (acolo unde este cazul)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	
7.2. Obiectivele specifice	

8. Conținuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conținut Curs	Metode de predare	Observații
8.2 Bibliografie Curs		
8.3 Conținut Seminar	Metode de predare	Observații
8.4 Bibliografie Seminar		
8.5 Conținut Laborator	Metode de predare	Observații
8.6 Bibliografie Laborator		
8.7 Conținut Proiect	Metode de predare	Observații
8.8 Bibliografie Proiect		

9. Coroborarea/validarea conținuturilor disciplinei (acolo unde este cazul)

10. Evaluare (acolo unde este cazul)

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1. Curs			
10.2. Seminar			
10.3. Laborator			
10.4. Proiect			
10.5 Standard minim de performanţă			

Titular	Asistent	DIRECTOR DEPARTAMENT	DECAN
conf.univ.dr. Stoian Camelia Daciana	conf.univ.dr. Stoian Camelia Daciana	Conf.dr. Almasi Robert Cristian	Lect. univ. dr. Grigorie SANDA

MINISTERUL EDUCAŢIEI
UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU“ DIN ARAD
310130 Arad, B-dul Revoluției nr. 77, P.O. BOX 2/158 AR
Tel : 0040-257- 283010; fax. 0040-257- 280070
http://www.uav.ro; e-mail: rectorat@uav.ro
Operator de date cu caracter personal nr.2929

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre Program

1.1. Instituția de învățământ superior	**UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU” DIN ARAD**
1.2. Facultatea	**de Științe Economice**
1.3. Departamentul	**Departamentul de Discipline Economice**
1.4. Domeniul de studii	
1.5. Anul universitar	**2022-2023**
1.6. Ciclul de studii	**Licenţă**
1.7. Specializarea / Programul de studii	**Economia comerţului, turismului şi serviciilor**
1.8. Forma de învățământ	**Învăţământ cu frecvenţă (IF)**

2. Date despre Disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	**ElCF3O06.1 Limba străină - engleză**
2.2. Titular Plan învățământ	**lect.univ.dr. Stoia Simona**
2.3. Asistent	**lect.univ.dr. Stoia Simona**
2.4. Anul de studiu	**2**
2.5. Semestrul	**1**
2.6. Tipul de evaluare	**ES**
2.7. Regimul disciplinei	**Ob**

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	**2**
3.2. Ore de curs pe săptămână	**0**
3.3. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe săptămână	**2**
3.4. Total ore din planul de învăţământ	**28**
3.5. Ore de curs pe semestru	**0**
3.6. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe semestru	**28**
	Distribuţia fondului de timp [Ore]
3.4.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	**20**
3.4.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren	**0**
3.4.3. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	**20**
3.4.4. Tutoriat	**5**
3.4.5. Examinări	**2**
3.4.6. Alte activități ...	**0**

3.7. Total ore studiu individual	**45**
3.8. Total ore pe semestru	**75**
3.9. Numărul de credite	**3**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1. Precondiţii de curriculum	**Cunoștințe anterioare de limbă engleză**
4.2. Precondiţii de competenţe	**capacitatea de comunicare fluentă B2**

5. Condiţii necesare (acolo unde este cazul)

5.1. Condiţii de desfăşurare a cursului	
5.2. Condiţii de desfășurare a seminarului	
5.3. Condiţii de desfășurare a laboratorului	
5.4. Condiţii de desfășurare a proiectului	

6. Competenţele specifice acumulate (acolo unde este cazul)

6.1. Competenţe profesionale	**C3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii** **C3.2 Explicarea și interpretarea fenomenelor și proceselor economice specific managementului pe baza conceptelor privind cererea și oferta de servicii și a comportamentului consumatorilor** **C3.3 Rezolvarea de problem simple, bine definite, associate vânzării produselor, prin consilierea clientului în luarea deciziei de cumpărare** **C3.5 Consiliera și asistența prin elaborarea de proiecte profesionale care raspund problemelor concrete ale clienților**
6.2. Competenţe transversale	**CT.2 Relaționarea în echipă; comunicarea interpersonală și asumarea de roluri specifice.** **CT.3 Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare prin propria dezvoltare**

7. Obiectivele disciplinei (acolo unde este cazul)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	**- învățarea și utilizarea elementelor fundamentale legate de limba engleză de afaceri, utilizarea limbajului de specialitate în situații concrete, înțelegerea textelor de afaceri, traducerea în și din limba engleză a textelor de specialitate.**
7.2. Obiectivele specifice	**- înțelegerea unor mesaje scrise și orale emise în limba engleză** **- extragerea informației relevante dintr-un material studiat** **- identificarea unor atitudini, opinii într-un mesaj audiat** **- inițierea și participarea la conversații pe teme cotidiene și profesionale** **- adaptarea vorbirii la particularitățile auditorului sau interlocutorului (stil formal/informal)** **- redactarea corectă a diverselor tipuri de documente: scrisor formale, scrisori comerciale, articol, raport, eseu argumentativ**

8. Conţinuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conţinut Curs	Metode de predare	Observaţii
8.2 Bibliografie Curs		
8.3 Conţinut Seminar	Metode de predare	Observaţii
General Knowledge of Formal Letters Enquiries and Their Replies Orders Invoicing Payments Complaints	Dialog interactiv	2 5 5 5 5 6

8.4 Bibliografie Seminar

Ahire, M., Engleză comercială- curs practic, Editura CH Beck, 2012,
Dobrescu, A., Noile tipuri de contracte în relațiile economice internaționale în română și engleză, Editura Niculescu, 2005
Geffner, A., How to Write Better Business Letters, Barrons Educational Series, 2007
MacKenzie, I., English for Business Studies. A course for Business Studies and Economics Students, Cambridge University Press, 2010
Ponta, M., Corespondență comercială în limba engleză, Editura Servo-Sat, 2000

Bibliografie minimală

MacKenzie, I., English for Business Studies. A course for Business Studies and Economics Students, Cambridge University Press, 2010
Ponta, M., Corespondență comercială în limba engleză, Editura Servo-Sat, 2000

8.5 Conţinut Laborator	Metode de predare	Observaţii
8.6 Bibliografie Laborator		
8.7 Conţinut Proiect	Metode de predare	Observaţii
8.8 Bibliografie Proiect		

9. Coroborarea/validarea conţinuturilor disciplinei (acolo unde este cazul)

Conținuturile disciplinei au fost elaborate în conformitate cu aşteptările angajatorilor, cu un program la nivel naţional şi cu consultarea membrilor de aceeaşi specialitate din cadrul catedrei și de la catedre similare din alte universități

10. Evaluare (acolo unde este cazul)

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1. Curs			
10.2. Seminar	**- utilizarea corectă a limbajului de specialitate; - operarea cu noțiuni de bază; - capacitatea analitică și de sinteză; - utilizarea corectă a limbajului de specialitate.** **- utilizarea corectă a limbajului de specialitate; - operarea cu noțiuni de bază; - capacitatea analitică și de sinteză; - utilizarea corectă a limbajului de specialitate.**	- Testare periodică pe parcursul semestrului (examen parțial) - răspunsuri la colocviu (evaluare finală)	-răspunsuri la evaluarea finală 70% - testare pe parcursul semestrului 30%
10.3. Laborator			
10.4. Proiect			

10.5 Standard minim de performanţă

Redactarea unui document scris la nivel B2 pentru argumentarea unui punct de vedere pe o anumită temă, coerent şi corect din punct de vedere lingvistic, adaptat contextului şi domeniului de interes ; argumentarea orală fluentă, corect articulată, la nivel minim B2.

Titular	Asistent	DIRECTOR DEPARTAMENT	DECAN
lect.univ.dr. Stoia Simona	lect.univ.dr. Stoia Simona	Conf.dr. Almasi Robert Cristian	Conf. univ. dr. Grigorie SANDA

MINISTERUL EDUCAŢIEI
UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU“ DIN ARAD
310130 Arad, B-dul Revoluției nr. 77, P.O. BOX 2/158 AR
Tel : 0040-257- 283010; fax. 0040-257- 280070
http://www.uav.ro; e-mail: rectorat@uav.ro
Operator de date cu caracter personal nr.2929

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre Program

1.1. Instituția de învățământ superior	**UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU” DIN ARAD**
1.2. Facultatea	**de Științe Economice**
1.3. Departamentul	**Departamentul de Discipline Economice**
1.4. Domeniul de studii	**Administrarea Afacerilor**
1.5. Anul universitar	**2022-2023**
1.6. Ciclul de studii	**Licență**
1.7. Specializarea / Programul de studii	**Economia comerțului, turismului și serviciilor**
1.8. Forma de învățământ	**Învățământ cu frecvență (IF)**

2. Date despre Disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	**ElCS3A07 Marketing direct**
2.2. Titular Plan învățământ	**doctor Barbu Florentina Simona**
2.3. Asistent	**doctor Blaga Radu Lucian**
2.4. Anul de studiu	**2**
2.5. Semestrul	**1**
2.6. Tipul de evaluare	**ES**
2.7. Regimul disciplinei	**Op**

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	**4**
3.2. Ore de curs pe săptămână	**2**
3.3. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe săptămână	**2**
3.4. Total ore din planul de învățământ	**56**
3.5. Ore de curs pe semestru	**28**

3.6. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe semestru	**28**
	Distribuția fondului de timp [Ore]
3.4.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	**20**
3.4.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	**20**
3.4.3. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	**23**
3.4.4. Tutoriat	**2**
3.4.5. Examinări	**4**
3.4.6. Alte activități ...	**0**
3.7. Total ore studiu individual	**69**
3.8. Total ore pe semestru	**125**
3.9. Numărul de credite	**5**

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Precondiții de curriculum	**Statistică, Bazele marketingului**
4.2. Precondiții de competențe	**Cunoașterea și utilizarea principalelor noțiuni specifice statisticii, și a noțiunilor de bază a marketingului**

5. Condiții necesare (acolo unde este cazul)

5.1. Condiții de desfășurare a cursului	**Calculator/laptop**
5.2. Condiții de desfășurare a seminarului	
5.3. Condiții de desfășurare a laboratorului	
5.4. Condiții de desfășurare a proiectului	

6. Competențele specifice acumulate (acolo unde este cazul)

6.1. Competențe profesionale	**C2. Comercializării produselor/serviciilor:** **C2.2 Explicării și interpretării fluxurilor și a tehnicilor de comercializare diferențiat după natura produselor și serviciilor** **C2.4 Analizei critic-constructivă a relațiilor dintre consumatorii și furnizorii specifici domeniului comerț, turism și servicii** **C2.5 Fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare – publicitate, promovare directă, relații publice, marketing direct** **C3. Gestionării relațiilor cu clienții și furnizorii:** **C3.2 Explicarării și interpretării fenomenelor și proceselor economice specifice comerțului, turismului și serviciilor pe baza conceptelor privind cererea și oferta de servicii și a comportamentului consumatorilor** **C3.3 Rezolvării de probleme simple, bine definite, asociate vânzării produselor, inclusiv a celor turistice, prin consilierea clientului în luarea deciziei de cumpărare**
6.2. Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei (acolo unde este cazul)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	**•dobândirea de cunoștințe și aptitudini în câteva arii ale marketingului direct, esențiale aplicațiilor în management, economie și afaceri;** **•deprinderea elementelor fundamentale ale marketingului direct;** **•introducerea studenților în atmosfera unei noi discipline: marketingul direct** **•dezvoltarea abilităților de colectare, analiză și comunicare**
7.2. Obiectivele specifice	**În urma parcurgerii disciplinei studentul va fi în măsură să identifice tehnicile de marketing direct, să identifice activitățile care ajută vânzarea produselor sau serviciilor, să elaboreze și să implementeze planul de marketing direct în cadrul unei organizații.** **- Aprofundarea conceptelor și teoriilor specifice marketingului direct**

	- Cunoaşterea conceptului de comunicare directă în contextul comunicaţiei de marketing a organizaţiei **- Cunoaşterea aprofundată a mixului de marketing direct** **- Identificarea elementelor definitorii în vederea schiţării unui plan de marketing direct** **- Identificarea etapelor şi a mecanismelor de implementare a unui plan de marketing direct**

8. Conţinuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conţinut Curs	Metode de predare	Observaţii
Cap.I. Conceptul de marketing direct 4 ore	Prezentare orală, multimedia	4 ore
Cap. II. Managementul marketingului direct • Integrarea marketingului direct în cadrul organizaţiei; • Strategiile de marketing direct pe care le elaborează şi le implementează organizaţia; • Elaborarea planului de marketing direct, elementele de coordonare, control şi evaluare ale planului.	Prezentare orală, multimedia	8 ore
Cap. III. Mixul de marketing direct • baza de date, • oferta, • comunicarea • şi logistica.	Prezentare orală, multimedia	10 ore
. IV. Tehnicile şi instrumentele marketingului direct	Prezentare orală, multimedia	6 ore

8.2 Bibliografie Curs

1. Barbu F. , Marketing direct -Note de curs în format electronic pe platforma core.uav.ro,
2. Bob Stone, Ron Jacobs - Metode de succes în marketingul direct, Editura Arc, ediţia a VII-a, 2004.
3. Cătoiu Iacob(coordonator), Cercetari de marketing – tratat, Editura Uranus, Bucureşti, ISBN: 978-973-7765-70-3, 2009
4. Yvon le Men, Marc Bruzeau - Marketing direct, Editura Teora, Bucureşti, 2004.
5. Kotler Philip, Keller Kevin - „Managementul marketingului", Ediţia a V - a, Editura Teora, 2008.
6. Szentesi S., Săbău Florentina, Cercetări de marketing în comerţ, turism şi servicii, Ed. Universităţii Aurel Vlaicu, 2009.
7. Young Ae Kim, Hee Seok Song, Soung Hie Kim (2009) A new marketing strategy map for direct marketing, Knowledge-Based Systems 22 (2009) 327–335
8. Lucía Argüelles, Isabelle Anguelovski, Filka Sekulova(2018), How to survive: Artificial quality food schemes and new forms of rule for farmers in direct marketing strategies, Journal of Rural Studies 62 (2018) 10–20
9. Adriana Csikósová, Mária Antošová, Katarína Čulková (2014) Strategy in Direct and Interactive Marketing and Integrated Marketing Communications, Procedia - Social and Behavioral Sciences 116 1615 – 1619
10. Thomas Martin Key, Andrew J. Czaplewski(2017) Upstream social marketing strategy: An integrated marketing communications approach, Business Horizons 60, 325—333

8.3 Conţinut Seminar	Metode de predare	Observaţii
Cap.I. Conceptul de marketing direct	Prezentare orală, exemplificare	4
Cap. II. Managementul marketingului direct • Integrarea marketingului direct în cadrul organizaţiei; • Strategiile de marketing direct pe care le elaborează şi le implementează organizaţia; • Elaborarea planului de marketing direct, elementele de coordonare, control şi evaluare ale planului.	Prezentare orală, exemplificare	8
Cap. III. Mixul de marketing direct • baza de date, • oferta, • comunicarea • şi logistica.	Prezentare orală, exemplificare	10
IV. Tehnicile şi instrumentele marketingului direct	Prezentare orală, exemplificare	6

8.4 Bibliografie Seminar

1. Barbu F. , Marketing direct -Note de curs în format electronic pe platforma core.uav.ro,
2. Bob Stone, Ron Jacobs - Metode de succes în marketingul direct, Editura Arc, ediţia a VII-a, 2004.
3. Cătoiu Iacob(coordonator), Cercetari de marketing – tratat, Editura Uranus, Bucureşti, ISBN: 978-973-7765-70-3, 2009
4. Yvon le Men, Marc Bruzeau - Marketing direct, Editura Teora, Bucureşti, 2004.
5. Kotler Philip, Keller Kevin - „Managementul marketingului", Ediţia a V - a, Editura Teora, 2008.
6. Szentesi S., Săbău Florentina, Cercetări de marketing în comerţ, turism şi servicii, Ed. Universităţii Aurel Vlaicu, 2009.
7. Young Ae Kim, Hee Seok Song, Soung Hie Kim (2009) A new marketing strategy map for direct marketing, Knowledge-Based Systems 22 (2009) 327–335
8. Lucía Argüelles, Isabelle Anguelovski, Filka Sekulova(2018), How to survive: Artificial quality food schemes and new forms of rule for farmers in direct marketing strategies, Journal of Rural Studies 62 (2018) 10–20
9. Adriana Csikósová, Mária Antošová, Katarína Čulková (2014) Strategy in Direct and Interactive Marketing and Integrated Marketing Communications, Procedia - Social and Behavioral Sciences 116 1615 – 1619
10. Thomas Martin Key, Andrew J. Czaplewski(2017) Upstream social marketing strategy: An integrated marketing communications approach, Business Horizons 60, 325—333

8.5 Conţinut Laborator	Metode de predare	Observaţii
8.6 Bibliografie Laborator		
8.7 Conţinut Proiect	Metode de predare	Observaţii

8.8 Bibliografie Proiect

9. Coroborarea/validarea conţinuturilor disciplinei (acolo unde este cazul)

Pentru schiţarea conţinuturilor şi alegerea metodelor de predare/învăţare, titularii de disciplină au organizat sau participat la întâlniri cu cadre didactice din domeniu, titulare în alte instituţii de învăţământ superior şi cu reprezentanţii mediului de afaceri.

10. Evaluare (acolo unde este cazul)

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1. Curs	**•aplicarea logică corectă şi cooerentă a noţiunilor însuşite; •explicarea logică şi corectă a rezultatelor obţinute**	Examen final oral.	50%
10.2. Seminar	**•capacitatea de a aplica în practică noţiunile însuşite •aplicarea logică corectă şi coerentă a noţiunilor însuşite; •explicarea logică şi corectă a rezultatelor obţinute**	Evaluare eseu/proiect	50%
10.3. Laborator			
10.4. Proiect			

10.5 Standard minim de performanţă

Cunoaşterea contextului de utilizare a teoriei şi practicilor specifice marketingului direct.
Folosirea adecvată a termenilor specifici marketingului direct.

Titular	Asistent	DIRECTOR DEPARTAMENT	DECAN
doctor Barbu Florentina Simona	doctor Blaga Radu Lucian	Conf.dr. Almasi Robert Cristian	Lect. univ. dr. Grigorie SANDA

MINISTERUL EDUCAŢIEI
UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU“ DIN ARAD
310130 Arad, B-dul Revoluției nr. 77, P.O. BOX 2/158 AR
Tel : 0040-257- 283010; fax. 0040-257- 280070
http://www.uav.ro; e-mail: rectorat@uav.ro
Operator de date cu caracter personal nr.2929

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre Program

1.1. Instituția de învățământ superior	**UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU” DIN ARAD**
1.2. Facultatea	**de Ştiinţe Economice**
1.3. Departamentul	**Departamentul de Discipline Economice**
1.4. Domeniul de studii	**Administrarea Afacerilor**
1.5. Anul universitar	**2022-2023**
1.6. Ciclul de studii	**Licență**
1.7. Specializarea / Programul de studii	**Economia comerţului, turismului şi serviciilor**
1.8. Forma de învățământ	**Învățământ cu frecvență (IF)**

2. Date despre Disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	**ElCS3O04 Fundamentarea ştiinţei mărfurilor**
2.2. Titular Plan învățământ	**doctor Blaga Radu Lucian**
2.3. Asistent	**doctor Blaga Radu Lucian**
2.4. Anul de studiu	**2**
2.5. Semestrul	**1**
2.6. Tipul de evaluare	**ES**
2.7. Regimul disciplinei	**Ob**

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	**5**
3.2. Ore de curs pe săptămână	**3**
3.3. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe săptămână	**2**
3.4. Total ore din planul de învățământ	**70**
3.5. Ore de curs pe semestru	**42**

3.6. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe semestru	**28**
	Distribuția fondului de timp [Ore]
3.4.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	**34**
3.4.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	**18**
3.4.3. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	**20**
3.4.4. Tutoriat	**4**
3.4.5. Examinări	**4**
3.4.6. Alte activități ...	**0**
3.7. Total ore studiu individual	**80**
3.8. Total ore pe semestru	**150**
3.9. Numărul de credite	**6**

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Precondiții de curriculum	
4.2. Precondiții de competențe	

5. Condiții necesare (acolo unde este cazul)

5.1. Condiții de desfășurare a cursului	**sală curs, video proiector, tablă**
5.2. Condiții de desfășurare a seminarului	**sală seminar, video proiector, tablă**
5.3. Condiții de desfășurare a laboratorului	
5.4. Condiții de desfășurare a proiectului	

6. Competențele specifice acumulate (acolo unde este cazul)

6.1. Competențe profesionale	**C1.1 Definirea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și a instrumentelor specifice teoriei economice, precum și a celor din domeniul comerțului, turismului și serviciilor;** **C1.2 Explicarea și interpretarea de date și informații din punct de vedere cantitativ și calitativ, pentru formularea de argumente și decizii concrete asociate studiului mărfurilor din sectorul comerțului, turismului și serviciilor;** **C1.4 Culegerea și prelucrarea de date din surse documentare alternative și din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor care influențează realizarea prestațiilor în organizațiile din comerț, turism și servicii;** **C1.5 Realizarea de proiecte profesionale prin utilizarea conceptelor, principiilor și metodelor specifice științei mărfurilor din sectorul comerțului, turismului și serviciilor;** **C2.5 Fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare-publicitate, promovare directă, relații publice, marketing direct.**
6.2. Competențe transversale	**CT1 Aplicarea principiilor, normelor si valorilor eticii profesionale in cadrul propriei strategii de munca riguroasă, eficientă și responsabilă**

7. Obiectivele disciplinei (acolo unde este cazul)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	**Cunoașterea noțiunilor, conceptelor și principiilor ce stau la baza fundamentării științei mărfurilor. Formarea unei concepții economice ca bază a studiului celorlalte discipline economice și a unei gândiri fundamentate pe principiile economiei de piață.**
7.2. Obiectivele specifice	**- înțelegerea noțiunilor și conceptelor generale legate de studiul mărfurilor;** **- cunoașterea rolului standardizării, marcării, etichetării, ambalării și depozitării mărfurilor;** **- explică, analizează și fundamentează caracteristicile de calitate a mărfurilor, recepționarea acestora;** **- aprecierea rolului pe care îl are fundamentarea științei mărfurilor în cadrul disciplinelor economice;** **- formează abilități și cunoștințe privind noțiunile primare legate de obiectul și metoda de studiu a merceologiei, standardizarea și rolul acesteia, ambalarea marcarea și etichetarea produselor și serviciilor, compoziția chimică, rația alimentară, conservarea mărfurilor alimentare, siguranța și securitatea alimentară, pregătirea studenților în cadrul disciplinei în vederea formării lor ca**

	specialişti în domeniul comerţului, turismului şi serviciilor.

8. Conţinuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conţinut Curs	Metode de predare	Observaţii
1.Introducere în studiul mărfurilor	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	4
2.Proprietățile generale ale mărfurilor	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	4
3. Cerealele şi produsele obţinute din cereale	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	2
4. Zahărul şi produsele zaharoase	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	3
5. Stimulente şi condimente	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	2
6. Băuturi nealcoolice şi alcoolice	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	3
7. Laptele şi produsele lactate	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	3
8. Carnea şi produsele obţinute din carne	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	5
9. Mărfuri chimice	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	5
10. Mărfuri din sticlă şi ceramică	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	5
11. Bijuterii	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	2
12. Mărfuri textile	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	3
13. Introducere în studiul calimetriei	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	1

8.2 Bibliografie Curs

1. Diaconescu I., Ardelean D., Diaconescu M. – Merceologie Alimentară. Calitate şi siguranţă – Ed. Universitară, Bucureşti, 2007
2. Diaconescu I., Păunescu C. – Analiza senzorială în societăţile comerciale, Ed. Uranus, Bucureşti, 2003
3. Dinu Vasile – Protecţia consumatorilor, Ed. ASE, Bucureşti, 2011
4. Dominica M.D. – Fundamentarea ştiinţei mărfurilor, Ed. Alma Mater, Sibiu, 2011
6. Pascu E., Părăian E., Stanciu I. – Fundamentele ştiinţei mărfurilor – manual de studiu individual, Ed. Universitară, Bucureşti, 2012
7. Părăian E., Pascu E. – Designul şi estetica mărfurilor, Ed. Universitară, Bucureşti, 2010
8. Popa, M., Glevitzky, M. - Bazele merceologiei- Teorie si aplicaţii, Editura Casa Cartii de Stiinta,, Cluj - Napoca, 2012
9. Blaga Radu Lucian - Fundamentarea ştiinţei mărfurilor - suport de curs UAV Arad, 2022 - 2023

8.3 Conţinut Seminar	Metode de predare	Observaţii
1.Introducere în studiul mărfurilor	Conversative	2
2.Studii de caz privind proprietățile generale ale mărfurilor	Expozitive	2
3.Standarde naţionale şi internaţionale în domeniul calităţii şi organisme internaţionale de standardizare	Expozitive	3
4.Estetica mărfurilor: elementele esteticii produselor, estetica în domeniul bunurilor, designul	Expozitive	3
5.Calitatea mărfurilor alimentare: aspecte tehnice şi economice, corelaţia calitate preţ, înocuitatea produselor alimentare, testarea calităţii produselor alimentare, securitatea şi siguranţa alimentară, HACCP instrument al	Conversative	3

siguranţei produselor alimentare, trasabilitatea produselor alimentare		
6.Calitatea mărfurilor de îngrijire şi curăţenie	Conversative, expozitive	3
7.Calitatea şi sortimentul mărfurilor din sticlă	Conversative, expozitive	3
8.Reguli de bază în îmbunătăţirea calităţii serviciilor	Conversative, expozitive	3
9.Calitatea mărfurilor textile	Conversative, expozitive	3
10.Produsele ecologice, produsele tradiționale și alte scheme de calitate	Conversative, expozitive	3

8.4 Bibliografie Seminar

1. Diaconescu I., Ardelean D., Diaconescu M. – Merceologie Alimentară. Calitate şi siguranţă – Ed. Universitară, Bucureşti, 2007
2. Dinu Vasile – Protecţia consumatorilor, Ed. ASE, Bucureşti, 2011
3. Dominica M.D. – Fundamentarea ştiinţei mărfurilor, Ed. Alma Mater, Sibiu, 2011
4. Hecht A. – How to Make Money with Commodities, Ed. McGraw-Hill Professional, 2015
6. Pascu E., Părăian E., Stanciu I. – Fundamentele ştiinţei mărfurilor – manual de studiu individual, Ed. Universitară, Bucureşti, 2012
7. Blaga Radu Lucian - Fundamentarea ştiinţei mărfurilor - note seminar, UAV Arad, 2022 - 2023

8.5 Conţinut Laborator	Metode de predare	Observaţii

8.6 Bibliografie Laborator

8.7 Conţinut Proiect	Metode de predare	Observaţii

8.8 Bibliografie Proiect

9. Coroborarea/validarea conţinuturilor disciplinei (acolo unde este cazul)

Conţinutul disciplinei – Fundamentarea Ştiinţei Mărfurilor vine în întâmpinarea nevoilor studenţilor legate de cunoştinţele necesare în ceea ce priveşte proprietăţile generale ale produselor alimentare şi nealimentare, standardizarea produselor şi serviciilor, principalele caracteristici de calitate ale unor grupe de mărfuri alimentare şi nealimentare, modul de evaluare şi determinare a acestora. Activităţile implicate de curs se concretizează în demersuri care pun accent pe cunoaşterea noţiunilor de calitologie şi calimetrie, pentru ca apoi să se facă trecerea la analiza celor mai importante grupe de mărfuri şi a caracteristicilor de calitate ale acestora.
Disciplina are un pronunţat caracter pragmatic, contribuind la formarea specialiştilor din sectorul comerţului, turismului şi serviciilor în general.

10. Evaluare (acolo unde este cazul)

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1. Curs	**răspunsuri la examen / test grilă**	notarea examen / test grilă	70 %
10.2. Seminar	**elaborarea de lucrări / eseuri (2 teme), participarea activă la orele de seminar, sesiuni ştiinţifice studenţeşti**	notarea lucrării / eseului, răspunsuri la întrebări - argumentări ale unor păreri susţinute la seminarii	30 %
10.3. Laborator			
10.4. Proiect			

10.5 Standard minim de performanţă

rezolvarea corectă a 50% din întrebările examenului / testului grilă și prezentarea unei lucrări / eseu

Titular	Asistent	DIRECTOR DEPARTAMENT	DECAN
doctor Blaga Radu Lucian	doctor Blaga Radu Lucian	Conf.dr. Almasi Robert Cristian	Lect. univ. dr. Grigorie SANDA

MINISTERUL EDUCAŢIEI
UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU“ DIN ARAD
310130 Arad, B-dul Revoluției nr. 77, P.O. BOX 2/158 AR
Tel : 0040-257- 283010; fax. 0040-257- 280070
http://www.uav.ro; e-mail: rectorat@uav.ro
Operator de date cu caracter personal nr.2929

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre Program

1.1. Instituția de învățământ superior	**UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU” DIN ARAD**
1.2. Facultatea	**de Științe Economice**
1.3. Departamentul	**Departamentul de Discipline Economice**
1.4. Domeniul de studii	**Administrarea Afacerilor**
1.5. Anul universitar	**2022-2023**
1.6. Ciclul de studii	**Licenţă**
1.7. Specializarea / Programul de studii	**Economia comerţului, turismului şi serviciilor**
1.8. Forma de învăţământ	**Învăţământ cu frecvenţă (IF)**

2. Date despre Disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	**ElCS4F23 Didactica ştiinţelor economice**
2.2. Titular Plan învățământ	**doctor Cernuşca Lucian**
2.3. Asistent	
2.4. Anul de studiu	**2**
2.5. Semestrul	**2**
2.6. Tipul de evaluare	**ES**
2.7. Regimul disciplinei	**As**

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	**4**
3.2. Ore de curs pe săptămână	**2**
3.3. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe săptămână	**2**
3.4. Total ore din planul de învăţământ	**48**
3.5. Ore de curs pe semestru	**24**
3.6. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe semestru	**24**
	Distribuţia fondului de timp [Ore]
3.4.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	**28**
3.4.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren	**9**
3.4.3. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	**24**
3.4.4. Tutoriat	**12**
3.4.5. Examinări	**2**
3.4.6. Alte activități ...	**2**

3.7. Total ore studiu individual	**77**
3.8. Total ore pe semestru	**125**
3.9. Numărul de credite	**5**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1. Precondiţii de curriculum	
4.2. Precondiţii de competenţe	

5. Condiţii necesare (acolo unde este cazul)

5.1. Condiţii de desfășurare a cursului	
5.2. Condiţii de desfășurare a seminarului	
5.3. Condiţii de desfășurare a laboratorului	
5.4. Condiţii de desfășurare a proiectului	

6. Competenţele specifice acumulate (acolo unde este cazul)

6.1. Competenţe profesionale	
6.2. Competenţe transversale	

7. Obiectivele disciplinei (acolo unde este cazul)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	
7.2. Obiectivele specifice	

8. Conţinuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conţinut Curs	Metode de predare	Observaţii
8.2 Bibliografie Curs		
8.3 Conţinut Seminar	Metode de predare	Observaţii
8.4 Bibliografie Seminar		
8.5 Conţinut Laborator	Metode de predare	Observaţii
8.6 Bibliografie Laborator		
8.7 Conţinut Proiect	Metode de predare	Observaţii
8.8 Bibliografie Proiect		

9. Coroborarea/validarea conţinuturilor disciplinei (acolo unde este cazul)

10. Evaluare (acolo unde este cazul)

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1. Curs			
10.2. Seminar			
10.3. Laborator			
10.4. Proiect			
10.5 Standard minim de performanţă			

Titular
doctor Cernuşca Lucian

Asistent

DIRECTOR DEPARTAMENT
Conf.dr. Almasi Robert Cristian

DECAN
Conf. univ. dr. Grigorie SANDA

MINISTERUL EDUCAŢIEI
UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU“ DIN ARAD
310130 Arad, B-dul Revoluției nr. 77, P.O. BOX 2/158 AR
Tel : 0040-257- 283010; fax. 0040-257- 280070
http://www.uav.ro; e-mail: rectorat@uav.ro
Operator de date cu caracter personal nr.2929

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre Program

1.1. Instituția de învățământ superior	**UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU” DIN ARAD**
1.2. Facultatea	**de Științe Economice**
1.3. Departamentul	**Departamentul de Discipline Economice**
1.4. Domeniul de studii	**Administrarea Afacerilor**
1.5. Anul universitar	**2022-2023**
1.6. Ciclul de studii	**Licență**
1.7. Specializarea / Programul de studii	**Economia comerțului, turismului și serviciilor**
1.8. Forma de învățământ	**Învățământ cu frecvență (IF)**

2. Date despre Disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	**ElCS4O10 Marketingul serviciilor**
2.2. Titular Plan învățământ	**doctor Barbu Florentina Simona**
2.3. Asistent	**doctor Barbu Florentina Simona**
2.4. Anul de studiu	**2**
2.5. Semestrul	**2**
2.6. Tipul de evaluare	**ES**
2.7. Regimul disciplinei	**Ob**

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	**4**
3.2. Ore de curs pe săptămână	**2**
3.3. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe săptămână	**2**
3.4. Total ore din planul de învățământ	**56**
3.5. Ore de curs pe semestru	**28**

3.6. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe semestru	**28**
	Distribuţia fondului de timp [Ore]
3.4.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe	**69**
3.4.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren	**30**
3.4.3. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri	**27**
3.4.4. Tutoriat	**4**
3.4.5. Examinări	**8**
3.4.6. Alte activităţi ...	**0**
3.7. Total ore studiu individual	**69**
3.8. Total ore pe semestru	**125**
3.9. Numărul de credite	**5**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1. Precondiţii de curriculum	**Bazele marketingului**
4.2. Precondiţii de competenţe	**Cunoaşterea şi utilizarea principalelor noţiuni specifice marketingului**

5. Condiţii necesare (acolo unde este cazul)

5.1. Condiţii de desfăşurare a cursului	**Calculator/laptop**
5.2. Condiţii de desfăşurare a seminarului	**Calculator/laptop**
5.3. Condiţii de desfăşurare a laboratorului	
5.4. Condiţii de desfăşurare a proiectului	

6. Competenţele specifice acumulate (acolo unde este cazul)

6.1. Competenţe profesionale	**La nivel profesional, disciplina contribuie la formarea de specialişti în domeniul Administrarea Afacerilor, în vederea:** **C2. Comercializării produselor/serviciilor:** **C2.2 Explicării şi interpretării fluxurilor şi a tehnicilor de comercializare diferenţiat după natura produselor şi serviciilor** **C2.4 Analizei critic-constructivă a relaţiilor dintre consumatorii şi furnizorii specifici domeniului comerţ, turism şi servicii** **C2.5 Fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare – publicitate, promovare directă, relaţii publice, marketing direct** **C3. Gestionării relaţiilor cu clienţii şi furnizorii:** **C3.1 Definirii conceptelor privind cererea şi oferta de bunuri şi servicii, inclusiv în activitatea de turism, a comportamentului consumatorilor şi a normelor de protecţie a acestora** **C3.2 Explicarării şi interpretării fenomenelor şi proceselor economice specifice comerţului, turismului şi serviciilor pe baza conceptelor privind cererea şi oferta de servicii şi a comportamentului consumatorilor**
6.2. Competenţe transversale	

7. Obiectivele disciplinei (acolo unde este cazul)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	**•dobândirea de cunoştinţe şi aptitudini în câteva arii ale marketingului serviciilor, esenţiale aplicaţiilor în management, economie şi afaceri;** **•deprinderea elementelor fundamentale ale marketingului serviciilor;** **•introducerea studenţilor în atmosfera unei noi discipline: marketingului serviciilor** **•dezvoltarea abilităţilor de colectare, analiză şi comunicare**
7.2. Obiectivele specifice	

	•însuşirea de către studenţi a instrumentelor specifice de investigaţie, culegere a informaţiilor necesare fundamentării strategiilor de piaţă ale firmei; **•studierea principalelor tipuri de studii de piaţă întreprinse de către companii;** **•studiul consumului, precum studiul elementelor mixului de marketing în servicii;** **•analiza modalităţilor de previzionare a activităţilor de marketing**

8. Conţinuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conţinut Curs	Metode de predare	Observaţii
1. Conţinutul conceptului de marketing în servicii	Prezentare orală, multimedia	2 ore
2. Mediul de marketing al firmei de servicii	Prezentare orală, multimedia	4 ore
3. Piaţa firmei de servicii	Prezentare orală, multimedia	4 ore
4. Comportamentul consumatorului de servicii	Prezentare orală, multimedia	2 ore
5. Politica de marketing în domeniul serviciilor	Prezentare orală, multimedia	2 ore
6. Politica de produs	Prezentare orală, multimedia	2 ore
7. Politica de preţ	Prezentare orală, multimedia	2 ore
8. Politica de distribuţie	Prezentare orală, multimedia	2 ore
9. Politica promoţională în domeniul serviciilor	Prezentare orală, multimedia	4 ore
10. Politica de personal, dovezile fizice	Prezentare orală, multimedia	4 ore

8.2 Bibliografie Curs

1. Barbu F. , Marketingul serviciilor -Note de curs în format electronic pe platforma core.uav.ro,
2. Barbu F.,Teză de doctorat: Studiu privind comportamentul ecologic al consumatorilor de produse agroalimentare, Universitatea Babeş Bolyai, Cluj Napoca, 2015
3. Cătoiu Iacob (coordonator), Cercetari de marketing – tratat, Editura Uranus, Bucureşti, ISBN: 978-973-7765-70-3, 2009
4. Kotler, Ph., Marketing Management with My Marketing Lab :Global Edition, Editura Pearson Education Limited , ISBN: 9780273755029, 2012
5. Kotler , Ph. Armstrong, G. Saunders, J. Wong, V., Principiile marketingului, Ediţia Europeană, Editura Teora, Bucureşti, 1998.
6. Homburg Christian,Harley Krohmer, Marketing-management, Ed.Gabler Wiesbaden 2003
7. Olteanu Valerica, Marketingul serviciilor – editie revizuita, Editura Ecomar, Bucuresti, 2006
8. Szentesi S., Săbău Florentina, Cercetări de marketing în comerţ, turism şi servicii, Ed. Universităţii Aurel Vlaicu, 2009.

8.3 Conţinut Seminar	Metode de predare	Observaţii
1. Conţinutul conceptului de marketing în servicii	Prezentare orală, multimedia	2 ore
2. Mediul de marketing al firmei de servicii	Prezentare orală, multimedia	4 ore
3. Piaţa firmei de servicii	Prezentare orală, multimedia	4 ore
4. Comportamentul consumatorului de servicii	Prezentare orală, multimedia	2 ore
5. Politica de marketing în domeniul serviciilor	Prezentare orală, multimedia	2 ore
6. Politica de produs	Prezentare orală, multimedia	2 ore
7. Politica de preţ	Prezentare orală, multimedia	2 ore
8. Politica de distribuţie	Prezentare orală, multimedia	2 ore
9. Politica promoţională în domeniul serviciilor	Prezentare orală, multimedia	4 ore
10. Politica de personal, dovezile fizice	Prezentare orală, multimedia	4 ore

8.4 Bibliografie Seminar

1. Barbu F. , Marketingul serviciilor -Note de curs în format electronic pe platforma core.uav.ro
2. Barbu F.,Teză de doctorat: Studiu privind comportamentul ecologic al consumatorilor de produse agroalimentare, Universitatea Babeş Bolyai, Cluj Napoca, 2015, disponibila pe cd
3. Cătoiu Iacob(coordonator), Cercetari de marketing – tratat, Editura Uranus, Bucureşti, ISBN: 978-973-7765-70-3, 2009
4. Kotler, Ph., Marketing Management with My Marketing Lab :Global Edition, Editura Pearson Education Limited , ISBN: 9780273755029, 2012
5. Homburg Christian,Harley Krohmer, Marketing-management, Ed.Gabler Wiesbaden 2003

6. Szentesi S., Săbău Florentina, Cercetări de marketing în comerţ, turism şi servicii, Ed. Universităţii Aurel Vlaicu, 2009.

8.5 Conţinut Laborator	Metode de predare	Observaţii
8.6 Bibliografie Laborator		
8.7 Conţinut Proiect	Metode de predare	Observaţii
8.8 Bibliografie Proiect		

9. Coroborarea/validarea conţinuturilor disciplinei (acolo unde este cazul)

Pentru schiţarea conţinuturilor şi alegerea metodelor de predare/învăţare, titularii de disciplină au organizat sau participat la întâlniri cu cadre didactice din domeniu, titulare în alte instituţii de învăţământ superior, şi cu reprezentanţii mediului de afaceri.

10. Evaluare (acolo unde este cazul)

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1. Curs	**•aplicarea logică corectă şi cooerentă a noţiunilor însuşite; •explicarea logică şi corectă a rezultatelor obţinute**	Examen final scris.	50%
10.2. Seminar	**•capacitatea de a aplica în practică noţiunile însuşite •aplicarea logică corectă şi cooerentă a noţiunilor însuşite; •explicarea logică şi corectă a rezultatelor obţinute**	Examen final scris.	50%
10.3. Laborator			
10.4. Proiect			

10.5 Standard minim de performanţă

Cunoaşterea şi înţelegerea contextului de utilizare a teoriilor, principiilor marketingului serviciilor şi elaborarea politicilor de marketing în servicii adecvate organizaţiei. Folosirea adecvată a termenilor specifici marketingului serviciilor în cadrul organizaţiilor şi dobândirea capacităţii de adaptare a activităţilor specifice marketingului serviciilor din cadrul organizaţiilor la necesităţile existente pe piaţă.

Titular	Asistent	DIRECTOR DEPARTAMENT	DECAN
doctor Barbu Florentina Simona	doctor Barbu Florentina Simona	Conf.dr. Almasi Robert Cristian	Lect. univ. dr. Grigorie SANDA

MINISTERUL EDUCAŢIEI
UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU“ DIN ARAD
310130 Arad, B-dul Revoluției nr. 77, P.O. BOX 2/158 AR
Tel : 0040-257- 283010; fax. 0040-257- 280070
http://www.uav.ro; e-mail: rectorat@uav.ro
Operator de date cu caracter personal nr.2929

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre Program

1.1. Instituția de învățământ superior	**UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU” DIN ARAD**
1.2. Facultatea	**de Științe Economice**
1.3. Departamentul	**Departamentul de Discipline Economice**
1.4. Domeniul de studii	**Administrarea Afacerilor**
1.5. Anul universitar	**2022-2023**
1.6. Ciclul de studii	**Licență**
1.7. Specializarea / Programul de studii	**Economia comerțului, turismului și serviciilor**
1.8. Forma de învățământ	**Învățământ cu frecvență (IF)**

2. Date despre Disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	**ElCS4O12 Administrarea întreprinderii de comerț în servicii**
2.2. Titular Plan învățământ	**doctor Rusu Sergiu**
2.3. Asistent	**doctor Blaga Radu Lucian**
2.4. Anul de studiu	**2**
2.5. Semestrul	**2**
2.6. Tipul de evaluare	**ES**
2.7. Regimul disciplinei	**Ob**

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	**5**
3.2. Ore de curs pe săptămână	**3**
3.3. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe săptămână	**2**
3.4. Total ore din planul de învățământ	**70**
3.5. Ore de curs pe semestru	**42**

3.6. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe semestru	**28**
	Distribuţia fondului de timp [Ore]
3.4.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe	**80**
3.4.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren	**0**
3.4.3. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri	**0**
3.4.4. Tutoriat	**0**
3.4.5. Examinări	**0**
3.4.6. Alte activităţi ...	**0**
3.7. Total ore studiu individual	**80**
3.8. Total ore pe semestru	**150**
3.9. Numărul de credite	**6**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1. Precondiţii de curriculum	**Economia întreprinderii, Management**
4.2. Precondiţii de competenţe	**Cunoaşterea şi utilizarea conceptelor de bază din sfera managementului firmei**

5. Condiţii necesare (acolo unde este cazul)

5.1. Condiţii de desfăşurare a cursului	**Studenţii nu se vor prezenta la cursuri cu telefoanele mobile deschise, nefiind tolerate convorbirile telefonice în timpul desfăşurării activităţilor didactice. Nu se acceptă întârzieri la curs**
5.2. Condiţii de desfăşurare a seminarului	**Termenul de predare a studiilor de caz/lucrării de seminar se stabileşte de comun acord de către titular şi student. Întârzierile în predare se acceptă doar pentru motive bine întemeiate**
5.3. Condiţii de desfăşurare a laboratorului	
5.4. Condiţii de desfăşurare a proiectului	

6. Competenţele specifice acumulate (acolo unde este cazul)

6.1. Competenţe profesionale	**C2. Comercializarea produselor/serviciilor** **C2.1. Descrierea modalităţilor de concepere a produsului turistic, a tehnicilor de comercializare şi a comportamentului agenţilor economici în contextul creat de legislaţia şi regulamentele aferente în vigoare** **C2.2. Explicarea şi interpretarea fluxurilor si a tehnicilor de comercializare diferenţiat după natura produselor şi serviciilor** **C2.4. Analiza critic-constructivă a relaţiilor dintre consumatorii şi furnizorii specifici domeniului comerţ, turism şi servicii** **C5. Asigurarea calităţii prestaţiilor in comerţ, turism si servicii** **C5.1 Definirea adecvată a conceptelor şi principiilor specifice managementului calităţii aplicat serviciilor** **C5.3 Aplicarea unor principii şi metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situaţii specifice asigurării calităţii în comerţ, turism şi servicii**
6.2. Competenţe transversale	

7. Obiectivele disciplinei (acolo unde este cazul)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	**Obiectivul fundamental este însuşirea de către studenţi a noţiunilor teoretice şi dobândirea de abilităţi practice legate de administrarea afacerilor unei firme din domeniul serviciilor, în particular în comerţ şi turism.**

7.2. Obiectivele specifice	**În urma parcurgerii disciplinei studentul va fi în măsură să cunoască principalele principii şi metode utilizate în administrarea unei firme din comerţ, turism şi servicii, urmărind:** **Definirea adecvată a conceptelor şi principiilor specifice administrării unei firme din sectorul serviciilor;** **Cunoaşterea modalităţilor de concepere, distribuire şi comercializare a produsului turistic;** **Identificarea şi utilizarea modalităţilor de previzionare, organizare, coordonare, antrenare şi control-evaluare specifice firmelor din domeniul comerţului, turismului şi serviciilor;**

8. Conţinuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conţinut Curs	Metode de predare	Observaţii
I. Modele de organizare şi conducere a firmei de turism 1.1. Dimensiunea actuală a turismului 1.2. Dimensiunea orizontală a structurii organizatorice din firma de turism 1.3. Dimensiunea verticală a structurii organizatorice din firma de turism 1.4. Yield managementul II. Agenţia de turism: definire şi tipologie 2.1. Agenţia de turism-definire, particularităţi 2.2. Tipuri de agenţii de turism 2.3. Licenţierea şi brevetarea în turism 2.4. Reţele de agenţii de turism III. Structura organizatorică şi operaţiunile tehnice ale agenţiilor de turism 3.1. Mediul agenţiei de turism 3.2. Principalele activităţi ale agenţiei de turism 3.3. Structura tehnică a unei agenţii de turism IV.Managementul activităţii touroperatorilor 4.1. Diferenţierea touroperatorilor de agenţiile de turism 4.2. Produsele turistice oferite de touroperatori 4.3. Strategii de activitate a touroperatorilor. V. Managementul activităţilor de contractare în turism 5.1. Contractul dintre hotelier şi intermediarii din turism 5.2. Contractul de hotelărie 5.3. Contractul de reprezentare 5.4. Contractul de time-sharing VI. Elemente de management hotelier 6.1. Managementul serviciului de front-office 6.2.. Managementul activităţilor de back-office 6.3. Managementul serviciilor de restaurant VII. Administrarea afacerilor comerciale 7.1. Organizarea activităţilor în întreprinderile comerciale cu amănuntul 7.2. Organizarea activităţilor în întreprinderile comerciale cu ridicata 7.3. Indicatori ai eficienţei firmei de comerţ	Discuţia, Conversaţia, Instruirea directă	

8.2 Bibliografie Curs

1. Constantinescu V.-G. - Strategii de promovare a destinaţiilor turistice utilizate de agenţiile de turism, Editura Economică, Bucureşti, 2021
2. Isac, F.L., Rusu,S. - Administrarea afacerilor în turism, Ed.Mirton, Timişoara, 2009
3. Isac, F.L., Rusu, S. - Management şi marketing în turism, Ed. Mirton, Timişoara, 2008.
4. Lupu, N. - Hotelul - Economie şi management, ed. a V-a, Ed.All Beck, Bucureşti, 2005
5. Lupu, N. - Hotelul - Economie şi management, ed. a VI-a, Ed. CH BECK, Bucureşti, 2010
6. Naghi, M. (coordonator) - Managementul unităţilor din turism şi comerţ, Ed.George Barițiu, Cluj Napoca, 2001
7. Rusu, S. - Economia întreprinderii - Curs platforma online
8. Stănciulescu, G., Micu,C. - Economie şi gestiune în turism, Ed.CHBECK, Bucureşti, 2009
9. Stănciulescu, G., Pantelescu-Marin, A. - Tehnica operaţiunilor de turism. Studii de caz şi probleme, Ed. ASE, Bucureşti,2008.
10. Stănciulescu, G. - Managementul agenţiei de turism, Ediţia a doua revăzută şi adăugită, Ed. ASE Bucureşti, 2005
11. Stănciulescu, G. - Managementul agenţiei de turism, Ed. ASE Bucureşti, 2013
12. Stănciulescu, G .- Managementul operaţiunilor în hotelărie şi restauraţie , Ed. CH BECK, Bucureşti, 2013
13. Stănciulescu, G. - Managementul operaţiunilor de turism, Ed. ALL BECK, Bucureşti, 2003
14. Stănciulescu,G. - Managementul operaţiunilor în turismul de evenimente, Ed. ASE Bucureşti, 2010.
15. Stănciulescu, G., State, O. - Tehnica operaţiunilor de turism intern şi internaţional, Ed. CH BECK, Bucureşti, 2013
16. Vasiliu, C., Dobrea, M. - Managementul operaţiunilor de comerţ, Ed. ASE, Bucureşti, 2014

8.3 Conţinut Seminar	Metode de predare	Observaţii
I. Determinarea principalilor indicatori de performanţă a activităţilor hoteliere şi de restauraţie- aplicaţii practice II. Aspecte legislative privitoare la licenţierea şi brevetarea în turism, clasificarea unităţilor de primire turistică şi a celor de alimentaţie-aplicaţii practice III. Determinarea indicatorilor specifici agenţiei de turism. Studii de caz şi probleme IV. Indicatori de gestiune şi eficienţă a afacerilor din comerţ-aplicaţii practice V. Administrarea afacerilor la firma…..(obligatoriu din sectorul servicii- comerţ-turism)	Discuţia, Conversaţia, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fişe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învăţarea prin descoperire, Învăţarea prin cooperare	

8.4 Bibliografie Seminar

1. Constantinescu V.-G. - Strategii de promovare a destinaţiilor turistice utilizate de agenţiile de turism, Editura Economică, Bucureşti, 2021
2. Isac, F.L., Rusu,S. - Administrarea afacerilor în turism, Ed.Mirton, Timişoara, 2009
3. Isac, F.L., Rusu, S. - Management şi marketing în turism, Ed. Mirton, Timişoara, 2008.
4. Lupu, N. - Hotelul - Economie şi management, ed. a V-a, Ed.All Beck, Bucureşti, 2005
5. Lupu, N. - Hotelul - Economie şi management, ed. a VI-a, Ed. CH BECK, Bucureşti, 2010
6. Naghi, M. (coordonator) - Managementul unităţilor din turism şi comerţ, Ed.George Barițiu, Cluj Napoca, 2001
7. Rusu, S. - Economia întreprinderii - Curs platforma online
8. Stănciulescu, G., Micu,C. - Economie şi gestiune în turism, Ed.CHBECK, Bucureşti, 2009
9. Stănciulescu, G., Pantelescu-Marin, A. - Tehnica operaţiunilor de turism. Studii de caz şi probleme, Ed. ASE, Bucureşti,2008.
10. Stănciulescu, G. - Managementul agenţiei de turism, Ediţia a doua revăzută şi adăugită, Ed. ASE Bucureşti, 2005

11. Stănciulescu, G. - Managementul agenţiei de turism, Ed. ASE Bucureşti, 2013
12. Stănciulescu, G .- Managementul operaţiunilor în hotelărie şi restauraţie , Ed. CH BECK, Bucureşti, 2013
13. Stănciulescu, G. - Managementul operaţiunilor de turism, Ed. ALL BECK, Bucureşti, 2003
14. Stănciulescu,G. - Managementul operaţiunilor în turismul de evenimente, Ed. ASE Bucureşti, 2010.
15. Stănciulescu, G., State, O. - Tehnica operaţiunilor de turism intern şi internaţional, Ed. CH BECK, Bucureşti, 2013
16. Vasiliu, C., Dobrea, M. - Managementul operaţiunilor de comerţ, Ed. ASE, Bucureşti, 2014

8.5 Conţinut Laborator	Metode de predare	Observaţii
8.6 Bibliografie Laborator		
8.7 Conţinut Proiect	Metode de predare	Observaţii
8.8 Bibliografie Proiect		

9. Coroborarea/validarea conţinuturilor disciplinei (acolo unde este cazul)

Pentru schiţarea conţinuturilor şi alegerea metodelor de predare/învăţare, titularii de disciplină au organizat sau participat la întâlniri cu cadre didactice din domeniu, titulare în alte instituţii de învăţământ superior, cu organele administraţiei publice locale şi cu reprezentanţii mediului de afaceri (firme de servicii, comerţ, agenţii de turism, hoteluri, restaurante)

10. Evaluare (acolo unde este cazul)

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1. Curs	**Cunoaşterea terminologiei specifice, capacitatea de utilizare a noţiunilor specifice**	examen	70%
10.2. Seminar	**Însuşirea problematicii tratate la curs şi la seminar; evaluarea argumentelor proprii sau ale colegilor; capacitatea de a construi propriile argumente pro şi contra studiate**	Portofoliu - Susținerea de către student a proiectului	30%
10.3. Laborator			
10.4. Proiect			

10.5 Standard minim de performanţă

Obţinerea cel puţin a notei 5(cinci) la examinarea finală

Titular	Asistent	DIRECTOR DEPARTAMENT	DECAN
doctor Rusu Sergiu	doctor Blaga Radu Lucian	Conf.dr. Almasi Robert Cristian	Lect. univ. dr. Grigorie SANDA