



MINISTERUL EDUCAȚIEI
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	2024-2025
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	EICD5001 Tehnica negocierilor în afaceri
2.2. Titular Plan învățământ	doctor Veress Suzana Monica
2.3. Asistent	doctor Veress Suzana Monica
2.4. Anul de studiu	3
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	3
3.2. Ore de curs pe săptămână	2
3.3. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe săptămână	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42
3.5. Ore de curs pe semestru	28
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	25
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	15
3.4.4. Tutoriat	4
3.4.5. Examinări	4
3.4.6. Alte activități ...	10
3.7. Total ore studiu individual	83
3.8. Total ore pe semestru	125
3.9. Numărul de credite	5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Precondiții de curriculum	Marketing
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	<p>C2.4 Analiza critic-constructivă a relațiilor dintre consumatorii și furnizorii specifici domeniului comerț, turism și servicii</p> <p>C2.5 Fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare – publicitate, promovare directă, relații publice, marketing direct</p> <p>C3.1 Definirea conceptelor privind cererea și oferta de bunuri și servicii, inclusiv în activitatea de turism, a comportamentului consumatorilor și a normelor de protecție a acestora</p> <p>C3.2 Explicarea și interpretarea fenomenelor și proceselor economice specifice comerțului, turismului și serviciilor pe baza conceptelor privind cererea și oferta de servicii și a comportamentului consumatorilor</p> <p>C3.3 Rezolvarea de probleme simple, bine definite, asociate vânzării produselor, inclusiv a celor turistice, prin consilierea clientului în luarea deciziei de cumpărare</p>
6.2. Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei (acolo unde este cazul)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Întelegerea și însusirea de către studenți a fundamentelor teoretice și practice din domeniul comunicării și negocierii în afaceri.
7.2. Obiectivele specifice	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aprofundarea cunostintelor teoretice și a deprinderilor practice care fundamentează capacitatea studenților de a opera în domeniul negocierii în afaceri; 2. Familiarizarea cu principalele modele de comunicare managerială în afaceri; 3. Trecerea în revistă a diverselor strategii și tehnici de negociere în afaceri; 4. Cunoașterea principalelor stiluri de comunicare și de negociere utilizate în practica de afaceri

8. Conținuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conținut Curs	Metode de predare	Observații
1. Diplomație și negociere în relațiile de afaceri	Prelegerea, Conversația, Instruirea directă	2 ore
2. Modele de comunicare utilizate în negocierea afacerilor	Prelegerea, Conversația, Instruirea directă	2 ore
3. Principiile negocierii	Prelegerea, Conversația, Instruirea directă	2 ore
4. Strategii de negociere	Prelegerea, Conversația, Instruirea directă	2 ore

5. Stiluri de negociere	Prelegerea, Conversația, Instruirea directă	2 ore
6. Procesul negocierii (I)	Prelegerea, Conversația, Instruirea directă	2 ore
7. Procesul negocierii (II)	Prelegerea, Conversația, Instruirea directă	2 ore
8. Tipuri de negociere	Prelegerea, Conversația, Instruirea directă	2 ore
9. Etapele negocierii în afaceri	Prelegerea, Conversația, Instruirea directă	4 ore
10. Puterea și negocierea	Prelegerea, Conversația, Instruirea directă	2 ore
11. Simularea negocierilor	Prelegerea, Conversația, Instruirea directă	2 ore
12. Tehnici și tactici de negociere în afaceri	Prelegerea, Conversația, Instruirea directă	2 ore
13. Medierea în relațiile internaționale	Prelegerea, Conversația, Instruirea directă	2 ore
8.2 Bibliografie Curs 1. Veress, M.- Tehnica negocierilor în afaceri- suport curs in format electronic- Platforma Moodle, 2024 2. Coman, C., Tehnici de negociere, (2020), Ed. C.H. Beck 3. Dragomir (Stefănescu), C. (coord.), (2011), Management și tehnici de negociere, Editura Universitaria, Craiova 4. Dragomir (Stefănescu), C., Konrad, C., (2010), Comunicarea în dialogul social, Ed. Ama Mater, Sibiu 5. Heeper A, Schmidt M., Tehnici de negociere, (2011), Ed. All 6. Hiam, A., Lewicki, R., Arta negocierii în afaceri (2008), Ed. Publica 7. Popescu, D., (2000), Arta de a comunica, Editura Economică, București 8. Popescu, M. (2016), Comunicarea și negocierea în afaceri, Ed. Pro Universitaria 9. Prutianu, S., (2008), Manual de comunicare și negociere în afaceri, Editura Polirom, Iasi 10. Stănciugelu, I.; Pînzaru, F.,(2004) Imagine și comunicare în afaceri, UVA, București; 11. Voss C., Raz T, (2018), Arta negocierii, Ed. Globo		
8.3 Conținut Seminar	Metode de predare	Observații
1. Forme de negociere	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbateră, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	2 ore

2. Tipuri de strategii aplicate în negocierea în afaceri	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbateră, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	2 ore
3. Atribute care definesc competența negociatorului în afaceri	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbateră, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	2 ore
4. Stiluri de strategii aplicate în afaceri	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbateră, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	2 ore
5. Avantaje și limite ale tehnicilor de negociere utilizate în afaceri	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbateră, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	2 ore
6. Influența culturii naționale asupra stilurilor de negociere	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbateră, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	2 ore
7. Prezentare lucrări practice	Discuția, Chestionarea orală	2 ore
<p>8.4 Bibliografie Seminar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Veress, M.- Tehnica negocierilor în afaceri- suport curs in format electronic- Platforma Moodle, 2024 2. Coman, C., Tehnici de negociere, (2020), Ed. C.H. Beck 3. Dragomir (Stefănescu), C. (coord.), (2011), Management și tehnici de negociere, Editura Universitaria, Craiova 4. Dragomir (Stefănescu), C., Konrad, C., (2010), Comunicarea în dialogul social, Ed. Ama Mater, Sibiu 5. Heeper A, Schmidt M., Tehnici de negociere, (2011), Ed. All 6. Hiam, A., Lewicki, R., Arta negocierii în afaceri (2008), Ed. Publica 7. Popescu, D., (2000), Arta de a comunica, Editura Economică, București 8. Popescu, M. (2016), Comunicarea și negocierea în afaceri, Ed. Pro Universitaria 9. Prutianu, S., (2008), Manual de comunicare și negociere în afaceri, Editura Polirom, Iași 10. Stănciugelu, I.; Pînzaru, F.,(2004) Imagine și comunicare în afaceri, UVA, București; 		

11.Voss C., Raz T, (2018), Arta negocierii, Ed. Globo		
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)

Prin conținuturile sale, disciplina are un pronunțat caracter pragmatic, contribuind la formarea specialiștilor în comunicare și negociere, încadrabili la nivelul societăților comerciale private. Conținuturile disciplinei răspund exigențelor solicitate de AROMAR.

10. Evaluare (acolo unde este cazul)

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1. Curs	•aplicarea logică corectă și coerentă a noțiunilor însușite; •explicarea logică și corectă a rezultatelor obținute	Examen final scris	50 %
10.2. Seminar	•capacitatea de a aplica în practică noțiunile însușite •aplicarea logică corectă și coerentă a noțiunilor însușite; •explicarea logică și corectă a rezultatelor obținute	Evaluare orală	50 %
10.3. Laborator			
10.4. Proiect			
10.5 Standard minim de performanță			
Susținerea a minimum un referat.			
Rezolvarea itemilor din cadrul evaluării finale astfel încât punctajul acumulat să fie de minimum 5 puncte.			

Titular
doctor Veress Suzana Monica

Asistent
doctor Veress Suzana Monica

DIRECTOR DEPARTAMENT
Conf.dr. Almasi Robert Cristian

DECAN
Conf. univ. dr. Mioara-Florina PANTEA



MINISTERUL EDUCAȚIEI
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	2024-2025
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	EICD5003 Cercetări de marketing
2.2. Titular Plan învățământ	doctor Barbu Florentina Simona
2.3. Asistent	doctor Barbu Florentina Simona
2.4. Anul de studiu	3
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	15
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	28
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, Management
4.2. Precondiții de competențe	Cunoașterea și utilizarea principalelor noțiuni specifice statisticii, bazelor marketingului și managementului.

5. Condiții necesare (acolo unde este cazul)

5.1. Condiții de desfășurare a cursului	Calculator/laptop
---	--------------------------

5.2. Condiții de desfășurare a seminarului	Calculator, acces la baze de date ANELIS
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	<p>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</p> <p>C3. Gestionării relațiilor cu clienții și furnizorii: C3.4 Fundamentării de studii și analize, organizatorice și de eficiență a activității firmelor în vederea acordării de consiliere și asistență C3.5 Consiliere și asistență prin elaborarea de proiecte profesionale care răspund problemelor concrete ale clienților</p>
6.2. Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei (acolo unde este cazul)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> •dobândirea de cunoștințe și aptitudini în câteva arii ale marketingului, esențiale aplicațiilor în management, economie și afaceri; •deprinderea elementelor fundamentale ale cercetărilor de marketing; •introducerea studenților în atmosfera unei noi discipline: cercetări de marketing •dezvoltarea abilităților de colectare, analiză și comunicare
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> •înșușirea de către studenți a instrumentelor specifice de investigație, culegere a informațiilor necesare fundamentării strategiilor de piață ale firmei; •cunoașterea etapelor și conținutului procesului cercetării de marketing; •studierea principalelor tipuri de studii de piață întreprinse de către companii; •studiul consumului, precum studiul elementelor mixului de marketing; •analiza modalităților de previzionare a activităților de marketing

8. Conținuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conținut Curs	Metode de predare	Observații
1. Sistemul cercetărilor de marketing	Prezentare orală, multimedia exemplificare	4 ore
2. Definierea, obiectivele, tipologia, sfera și procesul cercetărilor de marketing	Prezentare orală, multimedia exemplificare	4 ore

3. Definirea problemei de cercetare	Prezentare orală, multimedia exemplificare	2 ore
4. Planul de eșantionare	Prezentare orală, multimedia exemplificare	4 ore
5. Metode de culegere a datelor	Prezentare orală, multimedia exemplificare	4 ore
6. Instrumente de culegere a datelor	Prezentare orală, multimedia exemplificare	4 ore
7. Culegerea și analiza datelor	Prezentare orală, multimedia exemplificare	4 ore
8. Prezentarea rezultatelor	Prezentare orală, multimedia exemplificare	2 ore

8.2 Bibliografie Curs

1. Akter S. et al. (2022) The future of marketing analytics in the sharing economy, *Industrial Marketing Management* 104 (2022), pp. 85–100
2. Barbu F. , Cercetări de marketing -Note de curs în format electronic pe platforma core.uav.ro
3. Barbu F., Teză de doctorat: Studiu privind comportamentul ecologic al consumatorilor de produse agroalimentare, Universitatea Babeș Bolyai, Cluj Napoca, 2015
4. Beliaeva T. et al. (2022) Marketing and family firms: Theoretical roots, research trajectories, and themes, *Journal of Business Research* ,144, pp. 66–79
5. Blasco-Arcas L. et al. (2022) The role of consumer data in marketing: A research agenda, *Journal of Business Research*, 146 ,pp. 436–452
6. Cătoi Iacob (coordonator), Cercetari de marketing – tratat, Editura Uranus, București, ISBN: 978-973-7765-70-3, 2009
7. Chan F.T.S. et al. (2014) An innovative supply chain performance measurement system incorporating Research and Development (R&D) and marketing policy, *Computers & Industrial Engineering*, 69, pp. 64–70
8. Chernetsky V.V. et al. (2022) A synthesis of research on the marketing-sales interface (1984–2020), *Industrial Marketing Management* , 105 , pp.159–181
9. Davis D.F. et al. (2013) Does marketing research suffer from methods myopia?, *Journal of Business Research*, 66 ,pp. 1245–1250
10. Haleem et al. A. (2022) Artificial intelligence (AI) applications for marketing: A literature-based study, *International Journal of Intelligent Networks*, 3, pp. 119–132
11. Homburg Christian, Harley Krohmer, Marketing-management, Ed. Gabler Wiesbaden 2003
12. Kai Xiao et al. (2022) Modeling and application of marketing and distribution data based on graph computing, *Global Energy Interconnection*, Volume 5 Number 4 August 2022 , pp. 448-460, Contents lists available at ScienceDirect <https://www.sciencedirect.com/journal/global-energy-interconnection> DOI: 10.1016/j.gloi.2022.08.010
13. Kotler , Ph. Armstrong, G. Saunders, J. Wong, V. 1998, Principiile marketingului, Ediția Europeană, Editura Teora, București.
14. Kotler, Ph., 2012, Marketing Management with My Marketing Lab :Global Edition, Editura Pearson Education Limited , ISBN: 9780273755029,
15. Kumar B. and Sharma A., (2022) Examining the research on social media in business-to-business marketing with a focus on sales and the selling process, *Industrial Marketing Management* 102, pp. 122–140
16. Kumar V., et al. (2021) Influence of new-age technologies on marketing: A research agenda, *Journal of Business Research* ,125, pp. 864–877
17. Lee M.J. et al. (2009) Intelligent information deriving using network panel data management system in marketing research, *Expert Systems with Applications*, 36, pp. 1410–1422
18. Lin H.-C. et al. , (2016) New statistical analysis in marketing research with fuzzy data, *Journal of Business Research* ,69, pp.2176–2181
19. Maucuer R. et al. (2022) What can we learn from marketers? A bibliometric analysis of the marketing literature on business model research, *Long Range Planning* ,55 (2022), p. 102219
20. Meyerding S.G.H., Mehlhose C.M. (2020) Can neuromarketing add value to the traditional marketing research? An exemplary experiment with functional near-infrared spectroscopy (fNIRS), *Journal of Business Research* 107, pp. 172–185
21. Moller K. and Halinen A. (2022) Clearing the paradigmatic fog — how to move forward in business marketing research, *Industrial Marketing Management*, 102, pp. 280–300
22. Moro S. et al. (2019) A text mining and topic modelling perspective of ethnic marketing research, *Journal of Business Research* 103, pp. 275–285

23. Ngai E.W.T. and Wu Y. (2022) Machine learning in marketing: A literature review, conceptual framework, and research agenda, *Journal of Business Research*, 145, pp. 35–48
24. Ozretic-Dosen D. et al. (2022) Challenging the status quo in marketing research, *Journal of Business Research* ,143, pp. 294–297
25. Pappas I.O. and Woodside A.G. (2021) Fuzzy-set Qualitative Comparative Analysis (fsQCA): Guidelines for research practice in Information Systems and marketing, *International Journal of Information Management*, 58, pp. 102310
26. Rajesh R. (2023) An introduction to grey influence analysis (GINA): Applications to causal modelling in marketing and supply chain research, *Expert Systems With Applications*, 212, pp.118816
27. Séraphin H. et al. (2016) A marketing research tool for destination marketing organizations' logo design, / *Journal of Business Research* 69 pp. 5022–5027
28. Sheth J.and Kellstadt C.H. (2021) Next frontiers of research in data driven marketing: Will techniques keep up with data tsunami?, *Journal of Business Research*, 125 , pp.780–784
29. Szentesi S., Săbău Florentina, *Cercetări de marketing în comerț, turism și servicii*, Ed. Universității Aurel Vlaicu, 2009.
30. Tangpong C. et al. (2019) Toward an agent-system contingency theory for behavioral supply chain and industrial marketing research, *Industrial Marketing Management*, 83, pp. 134–147
31. Trafimow D. et al. (2021) The harmful effect of null hypothesis significance testing on marketing research: An example, *Journal of Business Research* ,125, pp. 39–44
32. Vlacic B. et al. (2021) The evolving role of artificial intelligence in marketing: A review and research agenda, *Journal of Business Research*, 128, pp. 187–203

8.3 Conținut Seminar	Metode de predare	Observații
1. Sistemul cercetărilor de marketing	Prezentare orală	4 ore
2. Definierea, obiectivele, tipologia, sfera și procesul cercetărilor de marketing	Prezentare orală, exemplificări	4 ore
3. Definierea problemei de cercetare	Prezentare orală, exemplificări	2 ore
4. Prezentarea studiului de piață	Prezentare orală, exemplificări	2 ore
5. Măsurarea fenomenelor de marketing	Aplicații	2 ore
6. Întocmirea chestionarului	Prezentare orală, exemplificări	2 ore
7. Diferențiala semantică/scala lui Likert	Studiu de caz, Aplicații	2 ore
8. Scala lui Stapel	Studiu de caz, Aplicații	2 ore
9. Metoda comparațiilor perechi	Studiu de caz, Aplicații	2 ore
10. Metoda ordonării rangurilor	Studiu de caz, Aplicații	2 ore
11. Scala cu sumă constantă	Studiu de caz, Aplicații	2 ore
12. Prezentarea unui raport de cercetare – pregătirea proiectului semestrial	Prezentare orală	2 ore

8.4 Bibliografie Seminar

- Akter S. et al. (2022) The future of marketing analytics in the sharing economy, *Industrial Marketing Management* 104 (2022), pp. 85–100
- Barbu F. , *Cercetări de marketing -Note de curs în format electronic pe platforma core.uav.ro*
- Barbu F., *Teză de doctorat: Studiu privind comportamentul ecologic al consumatorilor de produse agroalimentare*, Universitatea Babeș Bolyai, Cluj Napoca, 2015
- Beliaeva T. et al. (2022) Marketing and family firms: Theoretical roots, research trajectories, and themes, *Journal of Business Research* ,144, pp. 66–79
- Blasco-Arcas L. et al. (2022) The role of consumer data in marketing: A research agenda, *Journal of Business Research*, 146 ,pp. 436–452
- Cătoi Iacob (coordonator), *Cercetari de marketing – tratat*, Editura Uranus, București, ISBN: 978-973-7765-70-3, 2009

7. Chan F.T.S. et al. (2014) An innovative supply chain performance measurement system incorporating Research and Development (R&D) and marketing policy, *Computers & Industrial Engineering*, 69, pp. 64–70
8. Chernetsky V.V. et al. (2022) A synthesis of research on the marketing-sales interface (1984–2020), *Industrial Marketing Management* , 105 , pp.159–181
9. Davis D.F. et al. (2013) Does marketing research suffer from methods myopia?, *Journal of Business Research*, 66 ,pp. 1245–1250
10. Haleem et al. A. (2022) Artificial intelligence (AI) applications for marketing: A literature-based study, *International Journal of Intelligent Networks*, 3, pp. 119–132
11. Homburg Christian, Harley Krohmer, *Marketing-management*, Ed. Gabler Wiesbaden 2003
12. Kai Xiao et al. (2022) Modeling and application of marketing and distribution data based on graph computing, *Global Energy Interconnection*, Volume 5 Number 4 August 2022 , pp. 448-460, Contents lists available at ScienceDirect <https://www.sciencedirect.com/journal/global-energy-interconnection> DOI: 10.1016/j.gloi.2022.08.010
13. Kotler , Ph. Armstrong, G. Saunders, J. Wong, V., *Principiile marketingului*. Ediția Europeană, Editura Teora, București, 1998.
14. Kotler, Ph., *Marketing Management with My Marketing Lab :Global Edition*, Editura Pearson Education Limited , ISBN: 9780273755029, 2012
15. Kumar B. and Sharma A., (2022) Examining the research on social media in business-to-business marketing with a focus on sales and the selling process, *Industrial Marketing Management* 102, pp. 122–140
16. Kumar V., et al. (2021) Influence of new-age technologies on marketing: A research agenda, *Journal of Business Research* ,125, pp. 864–877
17. Lee M.J. et al. (2009) Intelligent information deriving using network panel data management system in marketing research, *Expert Systems with Applications*, 36, pp. 1410–1422
18. Lin H.-C. et al. , (2016) New statistical analysis in marketing research with fuzzy data, *Journal of Business Research* ,69, pp.2176–2181
19. Maucuer R. et al. (2022) What can we learn from marketers? A bibliometric analysis of the marketing literature on business model research, *Long Range Planning* ,55 (2022), p. 102219
20. Meyerding S.G.H., Mehlhose C.M. (2020) Can neuromarketing add value to the traditional marketing research? An exemplary experiment with functional near-infrared spectroscopy (fNIRS), *Journal of Business Research* 107, pp. 172–185
21. Moller K. and Halinen A. (2022) Clearing the paradigmatic fog — how to move forward in business marketing research, *Industrial Marketing Management*, 102, pp. 280–300
22. Moro S. et al. (2019) A text mining and topic modelling perspective of ethnic marketing research, *Journal of Business Research* 103, pp. 275–285
23. Ngai E.W.T. and Wu Y. (2022) Machine learning in marketing: A literature review, conceptual framework, and research agenda, *Journal of Business Research*, 145, pp. 35–48
24. Ozretic-Dosen D. et al. (2022) Challenging the status quo in marketing research, *Journal of Business Research* ,143, pp. 294–297
25. Pappas I.O. and Woodside A.G. (2021) Fuzzy-set Qualitative Comparative Analysis (fsQCA): Guidelines for research practice in Information Systems and marketing, *International Journal of Information Management*, 58, pp. 102310
26. Rajesh R. (2023) An introduction to grey influence analysis (GINA): Applications to causal modelling in marketing and supply chain research, *Expert Systems With Applications*, 212, pp.118816
27. Séraphin H. et al. (2016) A marketing research tool for destination marketing organizations' logo design, / *Journal of Business Research* 69 pp. 5022–5027
28. Sheth J. and Kellstadt C.H. (2021) Next frontiers of research in data driven marketing: Will techniques keep up with data tsunami?, *Journal of Business Research*, 125 , pp.780–784
29. Szentesi S., Săbău Florentina, *Cercetări de marketing în comerț, turism și servicii*, Ed. Universității Aurel Vlaicu, 2009.
30. Tangpong C. et al. (2019) Toward an agent-system contingency theory for behavioral supply chain and industrial marketing research, *Industrial Marketing Management*, 83, pp. 134–147
31. Trafimow D. et al. (2021) The harmful effect of null hypothesis significance testing on marketing research: An example, *Journal of Business Research* ,125, pp. 39–44
32. Vlacic B. et al. (2021) The evolving role of artificial intelligence in marketing: A review and research agenda, *Journal of Business Research*, 128, pp. 187–203

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)

Pentru schișarea conținuturilor și alegerea metodelor de predare/învățare, titularii de disciplină au organizat sau participat la întâlniri cu cadre didactice din domeniu, titulare în alte instituții de învățământ superior, reprezentanți ai instituțiilor statului și cu reprezentanții 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 și coerentă a noțiunilor însușite; •explicarea logică și corectă a rezultatelor obținute	Examen final scris	50%
10.2. Seminar	•capacitatea de a aplica în practică noțiunile însușite •aplicarea logică corectă și coerentă a noțiunilor însușite; •explicarea logică și corectă a rezultatelor obținute	Evaluare prezentare orală recenzie literatură, eseu, cercetare piață	50%
10.3. Laborator			
10.4. Proiect			
10.5 Standard minim de performanță			
•cunoașterea noțiunilor fundamentale și aplicarea acestora pe exemple; •interpretarea rezultatelor obținute			

Titular
doctor Barbu Florentina Simona

Asistent
doctor Barbu Florentina Simona

DIRECTOR DEPARTAMENT
Conf.dr. Almasi Robert Cristian

DECAN
Conf. univ. dr. Mioara-Florina PANTEA



MINISTERUL EDUCAȚIEI
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	2024-2025
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	EICD5004 Tehnologie hotelieră și de restaurant
2.2. Titular Plan învățământ	doctor Rusu Sergiu
2.3. Asistent	doctor Rusu Sergiu
2.4. Anul de studiu	3
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	3
3.2. Ore de curs pe săptămână	2
3.3. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe săptămână	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42
3.5. Ore de curs pe semestru	28
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	83
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	83
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	

6. Competențele specifice acumulate (acolo unde este cazul)

6.1. Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • C3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii • C3.1 Definirea conceptelor privind cererea și oferta de bunuri și servicii, inclusiv în activitatea de turism, a comportamentului consumatorilor și a normelor de protecție a acestora • C3.2 Explicarea și interpretarea fenomenelor și proceselor economice specifice comerțului, turismului și serviciilor pe baza conceptelor privind cererea și oferta de servicii și 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 și analize, organizatorice și de eficiență a activității firmelor în vederea acordării de consiliere și asistență • C3.5 Consiliere și asistență prin elaborarea de proiecte profesionale care răspund problemelor concrete ale clienților • C5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii • C5.1 Definirea adecvată a conceptelor și principiilor specifice managementului calității aplicat serviciilor • C5.2 Explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații și procese asociate sistemelor de asigurare a calității în servicii • C5.3 Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situații specifice asigurării calității în comerț, turism și servicii • C5.4 Evaluarea și particularizarea metodelor și modelelor de asigurare a calității la specificul organizațiilor de comerț, turism și servicii • C6. Asistență în managementul resurselor umane • C6.1 Identificarea adecvată a conceptelor legate de planificarea, organizarea, coordonarea și controlul activității resurselor umane în contextul specificității pieței muncii din domeniul administrării afacerilor • C6.2 Explicarea și interpretarea de situații/procese concrete din domeniul administrării afacerilor pentru interpretarea corectă a evoluțiilor pieței muncii și a evoluțiilor din interiorul firmelor în ceea ce privește angajații
6.2. Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • Formarea unei concepții economice ca bază a studiului celorlalte discipline economice și a unei gândiri economice comerciale
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • În urma finalizării cursului și a examenului studenții vor avea competența de a: • Să aibă capacitatea de autoevaluare a propriilor cunoștințe și performanțe; • Să aibă capacitatea de a comunica și transmite cunoștințele asimilate într-un cadru organizat; • Să dobândească cunoștințele specifice unităților de alimentație publică;

8. Conținuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conținut Curs	Metode de predare	Observații
1. Noțiuni introductive despre tehnologia hotelieră. Scurt istoric al unităților de cazare	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	4 ore

2. Sistemele de clasificare și structura organizatorică a hotelurilor. Proiectarea tehnologiilor hoteliere	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	4 ore
3. Mediul extern al întreprinderii hoteliere. Clasificările Organizației Mondiale a Turismului	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	4 ore
4. Unitățile de alimentație și restaurantele. Alimentația publică și restaurația - scurt istoric.	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	4 ore
5. Piața și tipologia restaurantelor	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	4 ore
6. Amenajarea restaurantelor și condițiile sanitare în unitățile de alimentație publică. Aspecte tehnice și de securitate în hoteluri	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	4 ore
7. Preparate specifice, sortimente de băuturi din bucătăria națională și internațională	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	4 ore
<p>8.2 Bibliografie Curs</p> <p>Bibliografie</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Baker, S., Bradley, P., Hayton, J. - Principles of Hotel Front Office Operations, Cassell, London, 1998 2. Beizadea Elena, Nițu V. - Tehnologie hotelieră și de restaurant, Editura ProUniversitaria, 2012 3. Butnaru G.I., Managementul activităților de turism, Editura Tehnopress, 2012 4. Constantinescu V.-G., Strategii de promovare a destinațiilor turistice utilizate de agențiile de turism, Editura Economică, București, 2021 5. Florea V., Tehnologia hotelieră, Editura Eurostampa, Timișoara 2008 6. Florea, C-tin ș.a., Manualul directorului de restaurant, Editura THR-CG, 2004 7. Hayes David K., Ninemeyer Jack D., Hotel Operations Management, Second Edition, Pearson Prentice Hall, 2007 8. Hayes David K., Ninemeyer Jack D., Restaurant Operations Management, Second Edition, Pearson Prentice Hall, 2007 9. Lile, R., Bîja, M., Băra, E., Tehnologie hotelieră și de restaurant, Editura Universității Aurel Vlaicu, 2008 10. Lupu N., Hotelul - Economie și management, Editura All Beck, 2005 11. Magureanu Poptean G., Legislație hotelieră, Editura Universul Juridic 2010 12. Micu C., Stănculescu G., Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz, Editura C.H. Beck, 2009 13. Mill R.C., Restaurant Management, Customers, Operations, and Employees, Prentice Hall, 2001 14. Negrușă Adina Letiția - Managementul unităților hoteliere, Editura Alma Mater, Cluj Napoca, 2006 15. Nicolescu, R., Tehnologia Restaurantelor, Editura Inter-Rebs, București, 1999 16. Niță V., Butnaru G.I., Gestiunea hotelieră - curs, aplicații, grile, Editura Tehnopress, 2005 17. Raza Ivo, Heads in Beds, Hospitality and Tourism Marketing, Prentice Hall, 2005 18. Rusu S., Antreprenariat în turism și industria ospitalității, Editura CH Beck, București, 2014 19. Rusu S., Tehnologie hotelieră și de restaurant - Curs online platforma online 20. Sgander S., Brumar C., ABC-ul tehnologiei hoteliere și al agroturismului, Ed. Diasfera, Bucuresti, 2005 21. Stavrositu S., Arta serviciilor în restaurante, baruri, gastronomie, hoteluri, pensiuni turistice, Ediția a doua, Fundația Arta serviciilor în turism, 2006 22. Stănculescu D., Cristea A., Acatrinei M., Rîjiniță M. - Tehnologie hotelieră: Front Office, Editura Gemma Print, București, 2002 23. Stănculescu, G. - Managementul operațiunilor de turism, Editura ALL BECK, București, 2003 24. Stoian M., Managementul pensiunii, ANTREC, Bucuresti, 2005 		
8.3 Conținut Seminar	Metode de predare	Observații

Analiza comparativă a două sau mai multe restaurante privind piața și tipologia acestora	Dezbaterea noțiunilor de bază. Discuția, Conversația, Brainstorming-ul, Lucrul în echipă	2 ore
Studiu de caz privind satisfacția clienților unui hotel	Dezbaterea noțiunilor de bază. Discuția, Conversația, Brainstorming-ul, Lucrul în echipă	2 ore
Aplicații privind funcțiile hotelurilor din Municipiul Arad	Dezbaterea noțiunilor de bază. Discuția, Conversația, Brainstorming-ul, Lucrul în echipă	2 ore
Studiu de caz privind aplicarea meniului tradițional în restaurante	Dezbaterea noțiunilor de bază. Discuția, Conversația, Brainstorming-ul, Lucrul în echipă	2 ore
Studiu de caz privind aplicarea meniului internațional în restaurante	Dezbaterea noțiunilor de bază. Discuția, Conversația, Brainstorming-ul, Lucrul în echipă	2 ore
Aplicații privind igiena și personalul de servire în unitățile de alimentație publică	Dezbaterea noțiunilor de bază. Discuția, Conversația, Brainstorming-ul, Lucrul în echipă	2 ore
Studiu comparativ privind marketingul aplicat la KFC și McDonald's	Dezbaterea noțiunilor de bază. Discuția, Conversația, Brainstorming-ul, Lucrul în echipă	2 ore
<p>8.4 Bibliografie Seminar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lile, R., Bîja, M., Băra, E., Tehnologie hotelieră și de restaurant, Editura Universității Aurel Vlaicu, 2008 2. Lupu N., Hotelul - Economie și management, Editura All Beck, 2005 3. Nicolescu, R., Tehnologia Restaurantelor, Editura Inter-Rebs, București, 1999 4. Niță V., Butnaru G.I., Gestiunea hotelieră - curs, aplicații, grile, Editura Tehnopress, 2005 5. Rusu S., Antreprenariat în turism și industria ospitalității, Editura CH Beck, București, 2014 6. Rusu S., Tehnologie hotelieră și de restaurant - Curs online platforma online 7. Sgander S., Brumar C., ABC-ul tehnologiei hoteliere și al agroturismului, Ed. Diasfera, Bucuresti, 2005 8. Stavrositu S., Arta serviciilor în restaurante, baruri, gastronomie, hoteluri, pensiuni turistice, Ediția a doua, Fundația Arta serviciilor în turism, 2006 9. Stoian M., Managementul pensiunii, ANTREC, Bucuresti, 2005 		
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)

<ul style="list-style-type: none"> • Prin conținuturile sale, disciplina are un pronunțat caracter pragmatic, contribuind la formarea specialiștilor în domeniul turismului, alimentației publice și comerțului
--

10. Evaluare (acolo unde este cazul)

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1. Curs	Cunoașterea terminologiei specifice, capacitatea de utilizare a noțiunilor specifice	examen	50%
10.2. Seminar	Participarea la activități și corectitudinea răspunsurilor Participarea activă la seminarii Realizarea proiectului aferent disciplinei	Portofoliu - Susținerea de către student a proiectului	50%
10.3. Laborator			
10.4. Proiect			
10.5 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • Obținerea cel puțin a notei 5(cinci) la examinarea finală 			

Titular
doctor Rusu Sergiu

Asistent
doctor Rusu Sergiu

DIRECTOR DEPARTAMENT
Conf.dr. Almasi Robert Cristian

DECAN
Conf. univ. dr. Mioara-Florina PANTEA



MINISTERUL EDUCAȚIEI
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	2024-2025
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	EICD5005 Economia turismului
2.2. Titular Plan învățământ	doctor Blaga Radu Lucian
2.3. Asistent	doctor Blaga Radu Lucian
2.4. Anul de studiu	3
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	28
3.4.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	22
3.4.3. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	12
3.4.4. Tutoriat	3
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	Nu e cazul
4.2. Precondiții de competențe	

5. Condiții necesare (acolo unde este cazul)

5.1. Condiții de desfășurare a cursului	Sală de curs, video proiector, tablă
---	---

5.2. Condiții de desfășurare a seminarului	Sală de 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	<p>C1.1 Definirea adecvată a conceptelor, principiilor, noțiunilor, metodelor și a instrumentelor specifice economiei turismului (turism, turist, călătorie, tipuri și forme de turism, servicii turistice, circulație turistică, funcțiile turismului, motivația turistică, marketing turistic);</p> <p>C1.2 Explicarea fenomenului turistic – proces contemporan, dinamic, complex, identificare determinantilor și explicitarea mecanismului funcționării circulației turistice, interpretarea de date și informații din punct de vedere cantitativ și calitativ cu privire la forța de muncă ocupată în turism;</p> <p>C1.4 Culegerea și prelucrarea de date din surse documentare alternative și din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor determinanți ai circulației turistice, a elementelor ce asigură succesul unei destinații turistice – inclusiv amenajarea turistică a teritoriului și a modalităților de finanțare a investițiilor turistice care influențează realizarea prestațiilor în organizațiile din sectorul serviciilor;</p> <p>C1.5 Realizarea de proiecte profesionale prin utilizarea conceptelor, noțiunilor, principiilor și metodelor specifice activității de management și marketing a organizațiilor antreprenoriale din turism în scopul satisfacerii și fidelizării consumatorului de turism;</p> <p>C2.1 Descrierea modalităților de concepere a unui produs turistic, a tehnicilor de comunicare și comercializare a acestuia, precum și a planului de afaceri;</p> <p>C2.3 Aplicarea unor modele și instrumente de organizare a spațiilor de vânzare și desfacere;</p> <p>C2.5 Fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare-publicitate, relații publice, marketing direct în domeniul turismului.</p>
6.2. Competențe transversale	<p>CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă;</p> <p>CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei;</p> <p>CT3 Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare și dobândirea unor abilități antreprenoriale în domeniul turismului.</p>

7. Obiectivele disciplinei (acolo unde este cazul)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea noțiunilor, conceptelor și principiilor ce stau la baza economiei turismului. Formarea unei concepții economice ca bază a studiului altor discipline economice și a unei gândiri fundamentate pe principiile economiei de piață.
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> - înțelegerea noțiunilor și conceptelor generale legate de economia turismului; - cunoașterea formelor circulației turistice și factorilor care o influențează; - explică, analizează și fundamentează locul și rolul turismului în economia națională; - evidențiază și analizează determinantii circulației turistice și explică mecanismele circulației turistice; - analizează aspectele legate de particularitățile, caracteristicile, costurile formării și permanentizarea forței de muncă implicate în turism; - identifică și prezintă tipologia serviciilor turistice; - descrierea și caracterizarea principalelor elemente ale mixului de marketing turistic; - realizează promovarea și comercializarea produselor/destinațiilor turistice; - identifică locul programului de marketing în fundamentarea deciziilor organizațiilor turistice;

- identifică particularitățile investițiilor în turism, sursele de finanțare și criteriile de adoptare a deciziei de finanțare;
- analizează rolul amenajărilor turistice a teritoriului în definirea unei destinații turistice atractive;
- aplică normele de dezvoltare durabilă referitoare la resursele turistice și comunitățile locale;
- formează abilități și cunoștințe privind noțiunile, conceptele și principiile legate de economia turismului, pregătirea studenților în cadrul disciplinei în vederea formării lor ca specialiști.

8. Conținuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conținut Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere în problematica turismului	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	4
2. Locul și rolul turismului în economia națională	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	4
3. Determinanții, mecanismele circulației turistice naționale și internaționale	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	3
4. Baza materială a turismului	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	2
5. Forța de muncă ocupată în turism	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	2
6. Serviciile turistice și marketingul lor	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	6
7. Modalități de finanțare a investițiilor turistice și aportul statului la finanțare	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	2
8. Amenajarea turistică a teritoriului și protecția mediului înconjurător	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	2
9. Eficiența economică și socială a activității de turism	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	3
8.2 Bibliografie Curs		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Blaga R.L. - Economia turismului - note de curs 2024 - 2025, UAV Arad 2. Brouder, P., Ioannides, D., Gill, A., Pettersson, R. (Eds.), Tourism Destination Evolution, Routledge Ed., 2016 3. Holloway J.C., Humphreys C., The business of tourism - 10th ed., Pearson Education Limited, 2016, Harlow, England 4. Lupu N. – Hotelul, economie și management – ediția a V-a, Ed. All Beck, București, 2005 5. Minciu R. – Economia turismului – ediția a III-a, Ed. Uranus, București, 2010 6. Moisă C. – Turismul de tineret – realități și perspective, Ed. Aeternitas, Alba Iulia, 2015 7. Moisă C. - Economia turismului, Ed. Aeternitas, Alba Iulia, 2015 8. Niculae A.I. și Marian C.- Agroturism și marketing agroturistic, Ed. CERES, București, 2006 9. Petr C. – Marketingul turismului, Ed. C.H.Beck, București, 2011 10. Stănculescu G. - Tehnica operațiunilor de turism intern și internațional, Ed. C.H.Beck, București, 2013 11. Rusu S., Isac Fl. – Turism rural și ecoturism – ediția a II-a, Ed. Universității "Aurel Vlaicu", Arad, 2009 		

<p>12. *** www.insse.ro 13. *** www.unwto.org 14. *** www.world-tourism.org 15. ***www.wttc.org 16. ***https://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism</p>		
8.3 Conținut Seminar	Metode de predare	Observații
1.Apariția și dezvoltarea turismului, destinații turistice - dezbateri	Conversative	4
2.Organizarea și conducerea activităților turistice - dezbateri	Conversative	2
3.Prezentarea unei destinații turistice din județul de proveniență	Expozitive	2
4.Particularitățile pieței turistice	Conversative	2
5.Sistemul de indicatori ai turismului (indicatorii cererii și ofertei turistice, indicatorii relației cerere – ofertă, efectele economice) - probleme	Expozitive și Conversative	8
6.Întocmirea unui chestionar de satisfacție a cererii turistice	Expozitive	2
7.Planificarea turistică – definirea unei strategii turistice (brandul turistic)	Conversative	4
8.Indicatorii eficienței economice a investițiilor în turism - probleme	Expozitive și Conversative	4
<p>8.4 Bibliografie Seminar</p> <p>1. Blaga R.L. - Economia turismului - note seminar 2024 - 2025, UAV Arad 2. Holloway J.C., Humphreys C., The business of tourism - 10th ed., Pearson Education Limited, 2016, Harlow, England 3. Lupu N. – Hotelul, economie și management – ediția a V-a, Ed. All Beck, București, 2005 4. Minciu R. – Economia turismului – ediția a III-a, Ed. Uranus, București, 2010 5. Moisă C. – Turismul de tineret – realități și perspective, Ed. Aeternitas, Alba Iulia, 2015 6. Moisă C. - Economia turismului, Ed. Aeternitas, Alba Iulia, 2015 7. Niculae A.I. și Marian C.- Agroturism și marketing agroturistic, Ed. CERES, București, 2006 8. Petr C. – Marketingul turismului, Ed. C.H.Beck, București, 2011 9. Stănculescu G. - Tehnica operațiilor de turism intern și internațional, Ed. C.H.Beck, București, 2013 10. Rusu S., Isac Fl. – Turism rural și ecoturism – ediția a II-a, Ed. Universității "Aurel Vlaicu", Arad, 2009 11. *** www.insse.ro 12. *** www.unwto.org 13. *** www.world-tourism.org 14. ***www.wttc.org 15. ***https://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism</p>		
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)

Disciplina, prin conținutul său are un pronunțat caracter pragmatic, contribuind la formarea specialiștilor în domeniul administrării afacerilor din sectorul comerțului, turismului și serviciilor. Ea oferă coroborarea competențelor specifice și transversale obținute prin parcurgerea disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniu.

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	Examen/Test	70%
10.2. Seminar	elaborarea de proiecte/eseuri (2 teme), participarea activă la orele de seminar, sesiuni științifice studențești	notarea proiectului /eseului, notarea participării la evenimente științifice studențești, răspunsuri la întrebări - argumentări ale unor păreri susținute la seminarii	30%
10.3. Laborator			
10.4. Proiect			
10.5 Standard minim de performanță			
Rezolvarea corectă a 50% din subiectele examenului/întrebările testului și realizarea unui proiect / eseu cu tema indicată la seminar.			

Titular
doctor Blaga Radu Lucian

Asistent
doctor Blaga Radu Lucian

DIRECTOR DEPARTAMENT
Conf.dr. Almasi Robert Cristian

DECAN
Conf. univ. dr. Mioara-Florina PANTEA



MINISTERUL EDUCAȚIEI
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	2024-2025
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	EICD6O11 Managementul cumpărării
2.2. Titular Plan învățământ	doctor Veress Suzana Monica
2.3. Asistent	doctorand Faur Flaviu Casian
2.4. Anul de studiu	3
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	3
3.2. Ore de curs pe săptămână	2
3.3. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe săptămână	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	36
3.5. Ore de curs pe semestru	24
3.6. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe semestru	12
Distribuția fondului de timp [Ore]	
3.4.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	25
3.4.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	15
3.4.3. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	15
3.4.4. Tutoriat	5
3.4.5. Examinări	4
3.4.6. Alte activități ...	0
3.7. Total ore studiu individual	64

3.8. Total ore pe semestru	100
3.9. Numărul de credite	4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Precondiții de curriculum	Management, Marketing
4.2. Precondiții de competențe	Cunoașterea și utilizarea principalelor noțiuni de management și marketing

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	<p>C3. Gestionarea relațiilor cu furnizorii</p> <p>C3.1 Definirea conceptelor privind cererea și oferta de bunuri și servicii, inclusiv în activitatea de comerț, a comportamentului consumatorilor și a normelor de protecție a acestora</p> <p>C3.2 Explicarea și interpretarea fenomenelor și proceselor economice specifice comerțului, turismului și serviciilor pe baza conceptelor privind cererea și oferta de servicii și a comportamentului consumatorilor</p> <p>C3.3 Rezolvarea de probleme simple, bine definite, asociate vânzării produselor, inclusiv a celor turistice, prin consilierea clientului în luarea deciziei de cumpărare</p> <p>C3.4 Fundamentarea de studii și analize, organizatorice și de eficiență a activității firmelor în vederea acordării de consiliere și asistență</p> <p>C3.5 Consiliere și asistență prin elaborarea de proiecte profesionale care răspund problemelor concrete ale clienților</p>
6.2. Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei (acolo unde este cazul)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Însușirea cunoștințelor din domeniul managementului cumpărării, în vederea dezvoltării capacității și aptitudinilor necesare și înțelegerea implicării lor în performanța organizației. Familiarizarea cu posibilitățile de aplicare a cunoștințelor teoretice pentru obținerea unor rezultate bune în conducerea, organizarea și realizarea proceselor de aprovizionare cu resurse materiale
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Descrierea conceptelor de bază și a metodelor specifice sistemului aprovizionării; <input type="checkbox"/> Utilizarea bazelor de date în aplicarea metodelor, tehnicilor și procedurilor manageriale; <input type="checkbox"/> Evaluarea aplicării modalităților de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control; <input type="checkbox"/> Explicarea teoriilor, metodelor și instrumentarului necesare elaborării strategiilor în domeniul aprovizionării; <input type="checkbox"/> Aplicarea principiilor și metodelor de bază pentru eficientizarea departamentului de aprovizionare.

8. Conținuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conținut Curs	Metode de predare	Observații
I. Conducerea și organizarea aprovizionării materiale 1.1. Managementul aprovizionării: concept, conținut, trăsături 1.2. Organizarea internă a activității de aprovizionare	Discuția, Conversația, Instruirea directă	6 ore
II. Gestiunea economică a stocurilor 2.1. Definirea stocurilor 2.2. Caracteristicile și principalele categorii de stocuri 2.3. Optimizarea mărimii stocurilor 2.4. Gestiunea stocurilor în condiții de incertitudine	Discuția, Conversația, Instruirea directă	6 ore
III. Fundamentarea programului de aprovizionare 3.1. Nomenclatorul de materiale și echipamente tehnice 3.2. Structura materială a planului și a programelor de aprovizionare	Discuția, Conversația, Instruirea directă	6 ore

3.3. Elaborarea planului și a programelor de aprovizionare materială 3.4. Sistemul MRP (planificarea cererilor de materiale)		
IV. Strategia în aprovizionarea materială 4.1. Caracteristicile generale ale pieței de furnizare 4.2. Tipuri de strategii în aprovizionarea materială 4.3. Analiza pieței de furnizare; evaluarea și selecția furnizorilor	Discuția, Conversația, Instruirea directă	6 ore
8.2 Bibliografie Curs		
<p>[1]. Veress M, 2024, “Managementul cumpărării” Suport de curs în format electronic pe platforma SUMS</p> <p>[2]. Gh. Băsanu, M. Pricop – Managementul aprovizionării și desfacerii, Ed. Economică, Bucuresti, Ediția IV-a 2012;</p> <p>[3]. Lucian Lădar, Sorin Prada – Managementul asigurării resurselor materiale, Ed. Solness, Timisoara, 2002.</p> <p>[4]. Letiția Rad, Distribuția și logistica de marketing, Editura Economică, București, 2007;</p> <p>[5]. John L. Gattorna - Managementul logisticii si al distribuției, Ed. Teora, 2001;</p>		
8.3 Conținut Seminar	Metode de predare	Observații
I. Managementul aprovizionării, concept, activități componente, organizarea aprovizionării	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbateră, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	3 ore
II. Gestiunea stocurilor, definirea stocurilor, optimizarea mărimii stocurilor, modelul Wilson Whitin, exemplificări.	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbateră, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	5 ore
III. Planificarea, avantajele planificării, obiectivele MRP, elementele componente ale unui sistem MRP.	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbateră, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	4 ore
8.4 Bibliografie Seminar		
<p>Veress M, 2024, “Managementul cumpărării” Suport de curs în format electronic pe platforma SUMS</p> <p>[2]. Gh. Băsanu, M. Pricop – Managementul aprovizionării și desfacerii, Ed. Economică, Bucuresti, Ediția IV-a 2012;</p> <p>[3]. Lucian Lădar, Sorin Prada – Managementul asigurării resurselor materiale, Ed. Solness, Timisoara, 2002.</p> <p>[4]. Letiția Rad, Distribuția și logistica de marketing, Editura Economică, București, 2007;</p> <p>[5]. John L. Gattorna - Managementul logisticii si al distribuției, Ed. Teora, 2001;</p>		
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)

Prin conținuturile sale, disciplina are un pronunțat caracter pragmatic, contribuind la acumularea de cunoștințe necesare specialiștilor în domeniul management, încadrabili la nivelul societăților private sau instituțiilor publice.

10. Evaluare (acolo unde este cazul)

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1. Curs	Susținerea de referate, Răspunsuri la examen în cadrul evaluării finale	Evaluare orală, Evaluare scrisă	75%
10.2. Seminar	Elaborarea și susținerea de teme de control, Rezolvarea probleme în cadrul evaluării finale	Evaluare orală, Evaluare scrisă	25%
10.3. Laborator			
10.4. Proiect			
10.5 Standard minim de performanță			
Rezolvarea unuia din cele două subiecte teoretice și identificarea formulelor necesare rezolvării problemei, susținerea unui referat.			

Titular

doctor Veress Suzana Monica

Asistent

doctorand Faur Flaviu Casian

Director Departament

Conf.dr. Almasi Robert Cristian

DECAN

Conf. univ. dr. Mioara-Florina PANTEA



MINISTERUL EDUCAȚIEI
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	2024-2025
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	EICD6O12 Audit
2.2. Titular Plan învățământ	doctor Almasi Robert Cristian
2.3. Asistent	doctorand Ușvat Dan Octavian
2.4. Anul de studiu	3
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	48
3.5. Ore de curs pe semestru	24
3.6. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe semestru	24
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	15
3.4.3. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	20
3.4.4. Tutoriat	7
3.4.5. Examinări	5
3.4.6. Alte activități ...	10
3.7. Total ore studiu individual	77
3.8. Total ore pe semestru	125
3.9. Numărul de credite	5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Precondiții de curriculum	Contabilitate financiară , Management
4.2. Precondiții de competențe	Cunoașterea și utilizarea principalelor noțiuni de contabilitate financiară, Cunoașterea noțiunilor fundamentale de management și organizare

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	<p>C4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare</p> <p>C4.1 Descrierea conceptelor și principiilor evidenței contabile aplicate în finanțarea activităților de comerț, turism, servicii, precum și a metodologiei și indicatorilor de fundamentare a alocării resurselor</p> <p>C4.2 Explicarea și interpretarea de situații/procese concrete din domeniul comerțului, turismului și serviciilor pe baza conceptelor și principiilor evidenței contabile și a utilizării indicatorilor pentru explicarea și interpretarea situațiilor analizate</p> <p>C4.3 Elaborarea de calcule pentru diferite situații alternative (variante decizionale) în alocarea de resurse</p> <p>C4.4 Fundamentarea necesarului de resurse materiale și financiare în raport cu cerințele volumului și eficienței organizațiilor de comerț, turism, servicii</p> <p>C5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii</p>
6.2. Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei (acolo unde este cazul)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Inițierea în metodele și procedurile de audit, înțelegerea entităților organizaționale și a mediului de control, cunoașterea formelor de guvernare corporativă aplicate în întreprinderile românești. Însușirea analizei și evaluării riscurilor în auditul
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Definirea Conceptului de audit; <input type="checkbox"/> Justificare, declanșare și categorii de audit; <input type="checkbox"/> Complementarități și deosebiri existente între auditul intern și alte forme de control organizațional; <input type="checkbox"/> Inițierea în tema guvernării corporative <input type="checkbox"/> Prezentarea riscului de audit; <input type="checkbox"/> Înțelegerea conceptului de control intern

8. Conținuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conținut Curs	Metode de predare	Observații
1. Contextul general	Discuția, Conversația, Instruirea directă	4 ore
2. Definirea și poziționarea auditului intern în controlul organizațional	Discuția, Conversația, Instruirea directă	4 ore
3. Guvernarea corporativă	Discuția, Conversația, Instruirea directă	4 ore

4. Riscul de audit	Discuția, Conversația, Instruirea directă	4 ore
5. Controlul intern	Discuția, Conversația, Instruirea directă	4 ore
6. Desfășurarea auditului	Discuția, Conversația, Instruirea directă	4 ore
<p>8.2 Bibliografie Curs</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Almași, R., 2024, Audit, suport de curs în format electronic încărcat pe platforma SUMS 2. Almași, R., 2016, Audit, suport de curs în format electronic încărcat pe platforma MOODLE 3. Almasi R., 2014, Audit – abordări conceptuale, proceduri, comunicare, Editura Universității "Aurel Vlaicu" 4. Arens, Alvin, A., Loebbecke, James, K., 2006, Audit. O abordare integrată, trad. după ed. a 8-a engl., Editura ARC. 5. Aslău, T., Almasi, R., 2009, Auditul intern, Arad, Editura UAV. 6. Cherșan I.C., Precob C.I., 2016, Auditul intern : de la teorie la practică, Editura Universității A.I. Cuza 6. Domnișoru, Sorin, Audit statutar și comunicare financiară, 2011, București, Editura economică 7. Dănescu T., Prozan M, 2020, Auditul intern: interferențe între teorie și practică, Editura Economică 		
8.3 Conținut Seminar	Metode de predare	Observații
1. Demers practic pentru cunoașterea întreprinderii auditate și întocmirea planului și a programului de audit în concordanță cu obiectivele misiunii de audit asumate	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Dezbateră, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	6 ore
2. Identificarea și evaluarea riscului de audit în scopul selectării procedurilor adecvate de audit	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Dezbateră, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	4 ore
3. Identificarea zonelor de risc	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Dezbateră, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	6 ore

4. Aspecte practice cu privire la monitorizarea implementării și funcționării controlului intern	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Dezbateră, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	4 ore
5. Prezentarea cadrului general, a obiectivelor, constatărilor, concluziilor și recomandărilor auditorilor	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Dezbateră, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	4 ore
8.4 Bibliografie Seminar		
<p>1. Almași, R., 2024, Audit, suport de curs în format electronic încărcat pe platforma SUMS</p> <p>2. Almași, R., 2016, Audit, suport de curs în format electronic încărcat pe platforma MOODLE</p> <p>3. Almasi R., 2014, Audit – abordări conceptuale, proceduri, comunicare, Editura Universității "Aurel Vlaicu"</p> <p>4. Arens, Alvin, A., Loebbecke, James, K., 2006, Audit. O abordare integrată, trad. după ed. a 8-a engl., Editura ARC.</p> <p>5. Aslău, T., Almași, R., 2009, Auditul intern, Arad, Editura UAV.</p> <p>6. Cherșan I.C., Precob C.I., 2016, Auditul intern : de la teorie la practică, Editura Universității A.I. Cuza</p> <p>6. Domnișoru, Sorin, Audit statutar și comunicare financiară, 2011, București, Editura economică</p> <p>7. Dănescu T., Prozan M, 2020, Auditul intern: interferențe între teorie și practică, Editura Economică</p>		
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)

<p>Prin conținuturile sale, disciplina are un pronunțat caracter pragmatic, contribuind la formarea specialiștilor în domeniul financiar-contabil, încadrabili la nivelul societăților comerciale private, instituțiilor financiare, cabinetelor de expertiză contabilă și audit financiar. Conținuturile disciplinei răspund exigențelor solicitate de CECCAR , CCF sau CAFR.</p>

10. Evaluare (acolo unde este cazul)

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1. Curs	Rezolvarea de itemi în cadrul evaluării finale	Evaluare scrisă	60%

10.2. Seminar	Rezolvarea de itemi în cadrul evaluării finale	Se urmărește adecvarea proiectului/portofoliului la conținutul disciplinei, structura și nivelul de originalitate.	40%
10.3. Laborator			
10.4. Proiect			
10.5 Standard minim de performanță Asimilarea semnificației noțiunilor specifice vehiculate în cadrul disciplinei			

Titular
doctor Almasi Robert Cristian

Asistent
doctorand Ușvat Dan Octavian

DIRECTOR DEPARTAMENT
Conf.dr. Almasi Robert Cristian

DECAN
Conf. univ. dr. Mioara-Florina PANTEA



MINISTERUL EDUCAȚIEI
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	2024-2025
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	EICD6O13 Antreprenoriat
2.2. Titular Plan învățământ	doctor Rusu Sergiu
2.3. Asistent	doctor Rusu Sergiu
2.4. Anul de studiu	3
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	48
3.5. Ore de curs pe semestru	24
3.6. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe semestru	24
Distribuția fondului de timp [Ore]	
3.4.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	77
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	77
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	

6. Competențele specifice acumulate (acolo unde este cazul)

6.1. Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> •C3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii •C3.1 Definierea conceptelor privind cererea și oferta de bunuri și servicii, inclusiv în activitatea de turism, a comportamentului consumatorilor și a normelor de protecție a acestora •C3.2 Explicarea și interpretarea fenomenelor și proceselor economice specifice comerțului, turismului și serviciilor pe baza conceptelor privind cererea și oferta de servicii și a comportamentului consumatorilor •C6. Asistență în managementul resurselor umane •C6.1 Identificarea adecvată a conceptelor legate de planificarea, organizarea, coordonarea și controlul activității resurselor umane în contextul specificității pieței muncii din domeniul administrării afacerilor •C6.2 Explicarea și interpretarea de situații/procese concrete din domeniul administrării afacerilor pentru interpretarea corectă a evoluțiilor pieței muncii și a evoluțiilor din interiorul firmelor în ceea ce privește angajații
6.2. Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> •CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.

7. Obiectivele disciplinei (acolo unde este cazul)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Obiectivul principal al acestui curs este de a oferi o bază teoretică pentru orientarea studenților în domeniul afacerilor. Cursul își dorește să determine studentul să considere inițierea propriei afaceri ca o posibilitate de evoluție în carieră, o alternativă la constrângerile opțiunii de a fi angajat, de asemenea oferă un ghid ce orientează un antreprenor în deciziile ce însoțesc inițierea unei afaceri.
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborarea de calcule pentru diferite situații alternative (variante decizionale) în alocarea de resurse • Realizarea de proiecte prin utilizarea conceptelor, principiilor și metodelor specifice domeniului comerț, turism, servicii • Realizarea unei lucrări/unui proiect, asumând cu responsabilitate sarcini specifice • Elaborarea și susținerea cu argumente a aplicării unui plan personal de dezvoltare profesională.

8. Conținuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conținut Curs	Metode de predare	Observații
Capitolul 1 Antreprenor și antreprenoriat. Abordări conceptuale și funcționale 1. Antreprenor și antreprenoriat – perspectiva conceptelor 2. Antreprenorul: caracteristici și trăsături	Prezentarea schematică a materialelor cu ajutorul prezentărilor tip ppt. - Discuția, - Dezbateră	4 ore
Capitolul 2 Mediul de afaceri și rolul acestuia în stimularea antreprenoriatului 1. Antreprenorul și mediul de afaceri 2. Oportunitățile antreprenoriale și crearea de noi afaceri 3. Dincolo de granițe: antreprenorul transnațional	Prezentarea schematică a materialelor cu ajutorul prezentărilor tip ppt.	5 ore

Capitolul 3 Antreprenoriatul și creșterea economică inovatoare 1. Activitățile antreprenoriale și creșterea economică 2. Inovarea, proces al schimbării și dezvoltării 3. Antreprenorul, vector indispensabil al creșterii economice	Prezentarea schematică a materialelor cu ajutorul prezentărilor tip ppt.	5 ore
Capitolul 4 Antreprenoriatul în turism 1. Turismul în economia actuală 2. Turismul. Definiție și evoluții 3. Importanța turismului în cadrul economiei	Prezentarea schematică a materialelor cu ajutorul prezentărilor tip ppt.	5 ore
Capitolul 5 Aspecte teoretice privind antreprenoriatul în turism 1. Antreprenoriatul și micile afaceri în turism 2. Avantajele și dezavantajele antreprenoriatului în turism	Prezentarea schematică a materialelor cu ajutorul prezentărilor tip ppt.	5 ore
Capitolul 6 Aspecte teoretice privind managementul IMM-urilor 1. Previziunea 2. Organizarea 3. Coordonarea 4. Antrenarea 5. Control-evaluare	Prezentarea schematică a materialelor cu ajutorul prezentărilor tip ppt.	4 ore
<p>8.2 Bibliografie Cours</p> <p>Bibliografie</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Catană Aida (coord.), <i>Elaborarea proiectelor cu finanțare din fondurile structurale pentru IMM-uri 2007-2013</i>, Editura Contaplus, Ploiești, 2007 2. Croitoriu A., <i>Antreprenoriatul în migrația românească</i>, Editura Tritonic, 2016 3. Dana L.P., <i>When Economies Change Hands – A Survey of Entrepreneurship in the Emerging Markets of Europe from the Balkans to the Baltic States</i>, International Business Press, New York, 2005 4. Dinu M., <i>Economia României – Întreprinderile mici și mijlocii</i>, Editura Economică, București, 2002 5. Drucker P., <i>Inovația și sistemul antreprenorial</i>, Editura Enciclopedică, București, 1993 6. Farrell L.C., <i>Cum să devii antreprenor</i>, Curtea Veche Publishing, București 2008 7. Ghenea M., <i>Antreprenoriat: drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri</i>, Editura Universul Juridic, București, 2011 8. Gordon M.E., <i>Antreprenoriatul</i>, Curtea Veche Publishing, București, 2012 9. Iacob M.I., <i>Antreprenoriatul – Forța motrice a oricărei întreprinderi</i>, Editura Universității Aurel Vlaicu Arad, 2008 10. Levente K., <i>Finanțarea întreprinderilor mici și mijlocii</i>, Editura Expert, București, 2004 11. Mariotti S., Glackin C., <i>Antreprenoriat. Lansarea și administrarea unei afaceri</i>, Editura Bizkit, 2012 12. Nicolescu O., Nicolescu C., <i>Intreprenoriatul și managementul întreprinderilor mici și mijlocii</i>, Editura Economică, București, 2008 13. Page S., Ateljevic J., <i>Tourism and Entrepreneurship: International Perspectives (Advances in Tourism Research)</i>, Butterworth-Heinemann, 2009 14. Platon V. (coord.), <i>Construcția și dezvoltarea infrastructurii specifice IMM-urilor</i>, Editura Expert, București, 2005 15. Rusu S., <i>Antreprenoriat în turism și industria ospitalității</i>, Editura CH Beck, București, 2014 16. Rusu S., <i>Antreprenoriat - Cours online platforma online</i> 17. Toma S.G., Modreanu A., <i>Antreprenoriat și administrarea afacerilor. Teste și aplicații</i>, Editura Universitară, București, 2021 18. Văduva S., <i>Antreprenoriatul. Practici aplicative în România și alte țări în tranziție</i>, Editura Economică, 2008 		
8.3 Conținut Seminar	Metode de predare	Observații
Rolul întreprinzătorului în afaceri - Ce determină o persoană să devină întreprinzător? - Avantaje și dezavantaje potențiale pentru un întreprinzător?	- Dezbateră, Conversația, Brainstorming, - Lucrul în echipe	5 ore
Creativitate și inovare - Procesul creativ și oportunitățile de afaceri - Metode de stimulare a creativității	- Dezbateră, Conversația, Brainstorming, - Lucrul în echipe	4 ore

Autorizarea afacerii - Alegerea formei de autorizare a afacerii - argumente raționale	- Dezbateră, Conversația, Brainstorming, - Lucrul în echipe	5 ore
Înțelegerea clienților - Cunoașterea nevoilor clientului - Cum se câștigă dar mai ales cum se păstrează clienții - Selectarea modalităților de publicitate	- Dezbateră, Conversația, Brainstorming, - Lucrul în echipe	5 ore
Identificarea oportunităților și validarea ideii de afacere - Identificarea de către studenți a propriei idei de afacere și validarea ei	- Dezbateră, Conversația, Brainstorming, - Lucrul în echipe	5 ore
Managementul operativ - Proiectarea infrastructurii operaționale - Prognozele operaționale	- Dezbateră, Conversația, Brainstorming, - Lucrul în echipe	4 ore
8.4 Bibliografie Seminar 1. Iacob M.I., Antreprenoriatul – Forța motrice a oricărei întreprinderi, Editura Universității Aurel Vlaicu Arad, 2008 2. Mariotti S., Glackin C., Antreprenoriat. Lansarea și administrarea unei afaceri, Editura Bizzkit, 2012 3. Nicolescu O., Nicolescu C., Intreprenoriatul și managementul întreprinderilor mici și mijlocii, Editura Economică, București, 2008 4. Platon V. (coord.), Construcția și dezvoltarea infrastructurii specifice IMM-urilor, Editura Expert, București, 2005 5. Rusu S., Antreprenoriat în turism și industria ospitalității, Editura CH Beck, București, 2014 6. Rusu S., Antreprenoriat - Curs online platforma online 7. Văduva S., Antreprenoriatul. Practici aplicative în România și alte țări în tranziție, Editura Economică, 2008		
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)

<p>Cursul de Antreprenoriat în CTS oferă studenților posibilitatea de a cunoaște modalitățile de inițiere a unei afaceri, de dezvoltare a acesteia, de adaptare rapidă la modificările din mediul extern oferindu-le capacitatea de a lua decizii în conformitate cu un anumit context organizațional, asumându-și cu responsabilitate sarcini specifice.</p>
--

10. Evaluare (acolo unde este cazul)

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1. Curs	Cunoașterea terminologiei specifice, capacitatea de utilizare a noțiunilor specifice	Examen	50%

10.2. Seminar	Promptitudine în realizarea activităților Participarea activă la seminarii Capacitatea de a utiliza cunștințele acumulate Realizarea proiectului aferent disciplinei	Portofoliu - Susținerea de către student a proiectului	50%
10.3. Laborator			
10.4. Proiect			
10.5 Standard minim de performanță Obținerea cel puțin a notei 5(cinci) la examinarea finală			

Titular
doctor Rusu Sergiu

Asistent
doctor Rusu Sergiu

DIRECTOR DEPARTAMENT
Conf.dr. Almasi Robert Cristian

DECAN
Conf. univ. dr. Mioara-Florina PANTEA



MINISTERUL EDUCAȚIEI
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	2024-2025
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	EICD6O14 Comunicare comercială
2.2. Titular Plan învățământ	doctor Veress Suzana Monica
2.3. Asistent	doctor Veress Suzana Monica
2.4. Anul de studiu	3
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	48
3.5. Ore de curs pe semestru	24
3.6. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe semestru	24
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	15
3.4.4. Tutoriat	8
3.4.5. Examinări	4
3.4.6. Alte activități ...	10
3.7. Total ore studiu individual	77
3.8. Total ore pe semestru	125
3.9. Numărul de credite	5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Precondiții de curriculum	Cunoașterea și utilizarea principalelor noțiuni specifice microeconomiei , macroeconomiei și fundamentelor marketingului
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	<p>C3.1 Definirea conceptelor privind cererea și oferta de bunuri și servicii, inclusiv în activitatea de turism, a comportamentului consumatorilor și a normelor de protecție a acestora</p> <p>C3.2 Explicarea și interpretarea fenomenelor și proceselor economice specifice comerțului, turismului și serviciilor pe baza conceptelor privind cererea și oferta de servicii și a comportamentului consumatorilor</p> <p>C3.3 Rezolvarea de probleme simple, bine definite, asociate vânzării produselor, inclusiv a celor turistice, prin consilierea clientului în luarea deciziei de cumpărare</p> <p>C3.4 Fundamentarea de studii și analize, organizatorice și de eficiență a activității firmelor în vederea acordării de consiliere și asistență</p> <p>C3.5 Consiliere și asistență prin elaborarea de proiecte profesionale care răspund problemelor concrete ale clienților</p>
6.2. Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei (acolo unde este cazul)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<p>Obiectivul fundamental este însușirea de către studenți a noțiunilor despre comunicare în activitatea de comerț. 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</p>
7.2. Obiectivele specifice	<p>Cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor legate de comunicarea în afaceri, în special a noțiunilor ce definesc procesul de comunicare, care stabilesc raportul optim dintre ceea ce reprezintă comunicarea internă și cea externă a organizației.</p> <p>Explicarea și interpretarea unor noțiuni care au în vedere procesul de comunicare; a proceselor care stau la baza comunicării orale scrise sau a aceleia care are ca suport gestica, mimica etc., precum și explicarea tuturor acelor tehnici, strategii, care stau la baza negocierii comerciale economice și forma de comunicare în afaceri.</p> <p>Experimentarea și interpretarea diferitelor posibilități de comunicare în general sau de comunicare în afaceri în special precum și a negocierii ca si formă de comunicare.</p>

8. Conținuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conținut Curs	Metode de predare	Observații
1. Conținutul comunicării comerciale 2. Procesul de comunicare în afaceri 3. Tehnici de comunicare scrisă 4. Tehnici de comunicare orală 5. Comunicarea în spațiul public. Modele de comunicare în spațiul public. Proiectarea unei campanii de comunicare publică 6. Publicitatea 7. Marca 8. Promovarea vânzărilor 9. Strategii de comunicare integrată 10. Comunicarea prin eveniment 11. Marketingul direct	Prelegerea, Discuția, Conversația, Instruirea directă	2 ore 2 ore 2 ore 2 ore 4 ore 2 ore 2 ore 2 ore 2 ore 2 ore
8.2 Bibliografie Curs		
Veress, M., Comunicare comercială- suport curs in format electronic, platforma SUMS		

<ul style="list-style-type: none"> • Chirița Elena, Puterea imaginii în relațiile publice. Norme de protocol și comunicare eficientă, Editura Universitară, 2015 • Cmeciu Camelia, Tendințe actuale în campaniile de relații publice, Editura Polirom, 2013 • Coman Cristina – Relațiile publice și mass-media, Editura Polirom, 2004. • Coman Cristina, Comunicarea de criză; Tehnici și strategii, Polirom, 2009. • Coman Mihai, Introducere în sistemul mass-media, Editura Polirom, 2008. • Isac F., L., Comunicarea în marketing, Ed. Mirton, Timișoara, 2007 • Kotler Ph., Armstrong G., Principiile Marketingului, Editura Teora, București, 2005 • Kotler Ph., Managementul Marketingului. Ediția a V-a, Editura Teora, București, 2008 • Kotler Ph., Kotler despre marketing, Editura Brandbuilders, București, 2003 • Popescu, Cecilia, Comunicarea în marketing, Editura Uranus, 2003 • Popescu, D., Comunicare și negociere în afaceri, Editura Bibliotheca, București, 2010 • Prutianu, S., Manual de comunicare și negociere în afaceri, Editura Polirom, Iași, 2008 • Stănciugelu, I.; Pînzaru, F., Imagine și comunicare în afaceri, UVA, București, 2004; • Vasile, Dragoș Constantin, Comunicare comercială, Editura Uranus, București, 2006 		
8.3 Conținut Seminar	Metode de predare	Observații
<p>1. Seminar organizatoric 2. Rolul și importanța comunicării. Reguli de bază ale comunicării. Perturbații în comunicare 3. Funcțiile comunicării și particularitățile comunicării în afaceri. 4. Etica comunicării în afaceri 5. Deprinderile comunicării în afaceri. Deprinderi în recepționarea mesajelor. Deprinderi de interpretarea mesajelor. Deprinderi de redarea mesajelor 6. Tehnici de comunicare. Ascultarea. Înregistrarea și tratarea informațiilor. Întrebările. Relansările. Discuția normală 7. Studiu de caz privind comunicarea comercială la Atrium Center Arad 8. Studiu de caz privind marca Vodafone 9. Studiu privind comunicarea prin eveniment Târguri Expo Arad 10. Studiu paralel între Bricostore și Dedeman 11. Prezentare lucrări practice</p>	<p>Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbateră, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare</p>	<p>2 ore 2 ore 4 ore 2 ore 2 ore 2 ore 2 ore 2 ore 2 ore 2 ore 2 ore</p>
8.4 Bibliografie Seminar		
<ul style="list-style-type: none"> • Veress, M., Comunicare comercială- suport curs în format electronic- platforma SUMS • Chirița Elena, Puterea imaginii în relațiile publice. Norme de protocol și comunicare eficientă, Editura Universitară, 2015 • Cmeciu Camelia, Tendințe actuale în campaniile de relații publice, Editura Polirom, 2013 • Coman Cristina – Relațiile publice și mass-media, Editura Polirom, 2004. • Coman Cristina, Comunicarea de criză; Tehnici și strategii, Polirom, 2009. • Coman Mihai, Introducere în sistemul mass-media, Editura Polirom, 2008. • Isac F., L., Comunicarea în marketing, Ed. Mirton, Timișoara, 2007 • Kotler Ph., Armstrong G., Principiile Marketingului, Editura Teora, București, 2005 • Kotler Ph., Managementul Marketingului. Ediția a V-a, Editura Teora, București, 2008 • Kotler Ph., Kotler despre marketing, Editura Brandbuilders, București, 2003 • Popescu, Cecilia, Comunicarea în marketing, Editura Uranus, 2003 • Popescu, D., Comunicare și negociere în afaceri, Editura Bibliotheca, București, 2010 • Prutianu, S., Manual de comunicare și negociere în afaceri, Editura Polirom, Iași, 2008 • Stănciugelu, I.; Pînzaru, F., Imagine și comunicare în afaceri, UVA, București, 2004; • Vasile, Dragoș Constantin, Comunicare comercială, Editura Uranus, București, 2006 		
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)

Prin conținuturile sale, disciplina are un pronunțat caracter pragmatic, contribuind la formarea specialiștilor în comunicare, încadrabili la nivelul societăților comerciale private. Conținutul disciplinei răspund exigențelor solicitate de AROMAR.

10. Evaluare (acolo unde este cazul)

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1. Curs	•expunerea logică corectă și coerentă a noțiunilor însușite; •explicarea logică și corectă a rezultatelor obținute	Evaluare scrisă clasica	75%
10.2. Seminar	capacitatea de a aplica în practică noțiunile însușite •aplicarea logică corectă și coerentă a noțiunilor însușite; •explicarea logică și corectă a rezultatelor obținute	Evaluare orală	25%
10.3. Laborator			
10.4. Proiect			
10.5 Standard minim de performanță			
Susținerea a minimum un proiect.			
Rezolvarea itemilor din cadrul evaluării finale astfel încât punctajul acumulat să fie de minimum 5 puncte.			

Titular
doctor Veress Suzana Monica

Asistent
doctor Veress Suzana Monica

DIRECTOR DEPARTAMENT
Conf.dr. Almasi Robert Cristian

DECAN
Conf. univ. dr. Mioara-Florina PANTEA



MINISTERUL EDUCAȚIEI
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	2024-2025
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	EICD6O15 Ecoturism și turism rural
2.2. Titular Plan învățământ	doctor Rusu Sergiu
2.3. Asistent	doctor Rusu Sergiu
2.4. Anul de studiu	3
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	3
3.2. Ore de curs pe săptămână	2
3.3. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe săptămână	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	36
3.5. Ore de curs pe semestru	24
3.6. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe semestru	12
Distribuția fondului de timp [Ore]	
3.4.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	64
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	64
3.8. Total ore pe semestru	100
3.9. Numărul de credite	4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Precondiții de curriculum	• Economia turismului
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	<ul style="list-style-type: none"> • C3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii • C3.1 Definierea conceptelor privind cererea și oferta de bunuri și servicii, inclusiv în activitatea de turism, a comportamentului consumatorilor și a normelor de protecție a acestora • C3.2 Explicarea și interpretarea fenomenelor și proceselor economice specifice comerțului, turismului și serviciilor pe baza conceptelor privind cererea și oferta de servicii și a comportamentului consumatorilor • C5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii • C5.1 Definierea adecvată a conceptelor și principiilor managementului calității aplicat serviciilor • C5.2 Explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații și procese asociate sistemelor de asigurare a calității în servicii • C5.3 Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situații specifice asigurării calității în comerț, turism și servicii
6.2. Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • Însușirea de către studenți a conceptelor de turism rural și agroturism și importanța lor în economie și relațiile existente între acestea. Însușirea de către studenți a conceptului de ecoturism ca formă a turismului durabil și analiza impactului turismului asupra mediului înconjurător. 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	<ul style="list-style-type: none"> • Asigură studenților deprinderi și cunoștințe pe baza raționamentelor logice, pentru înțelegerea turismului rural și ecoturismului.

8. Conținuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conținut Curs	Metode de predare	Observații
1. Turismul activitate economico - socială 1.1. Turismul - activitate economică complexă. Relația turism - economie națională 1.2. Dimensiunea fenomenului turistic pe plan național și mondial 1.3. Indicatorii cu ajutorul cărora se determină locul și rolul turismului în economie 1.4. Estimări ale circulației turistice mondiale 1.5. Turismul și activitatea socială	Prelegere, prezentare videoproiector	4 ore
2. Piața turistică și agroturistică 2.1. Cuantificarea pieței turistice 2.2. Cererea turistică și circulația turistică în România 2.3. Oferta turistică. specificul resurselor turistice ale României 2.4. Baza materială a turismului	Prelegere, prezentare videoproiector	5 ore

3. Turismul rural și agroturismul 3.1. Conceptul de turism rural și de agroturism 3.1. Relația turism rural - turism clasic 3.2. Relația turism rural – agroturism 3.4. Factorii care influențează evoluția turismului rural și agroturismului în România 3.5. Baza materială a turismului rural și agroturismului	Prelegere, prezentare videoproiector	5 ore
4. Ecoturismul și dezvoltarea durabilă 4.1. Ecoturismul, formă de manifestare a turismului durabil 4.2. Impactul turismului asupra mediului 4.3. Motivațiile ecologice ale turismului 4.4. Ecoturismul în România	Prelegere, prezentare videoproiector	5 ore
5. Turismul rural și ecoturismul pe mapamond 5.1. Turismul rural și ecoturismul în Uniunea Europeană 5.2. Turismul rural și a ecoturismul în alte zone ale globului	Prelegere, prezentare videoproiector	5 ore
6. Rolul agroturismului în relansarea economică și socială a spațiului rural românesc 6.1. Beneficiile economice și sociale ale agroturismului 6.2. Cadrul legislativ al dezvoltării turismului rural și agroturismului în România 6.3. Forme actuale de organizare a turismului rural și agroturismului 6.4. Clasificarea unei pensiuni turistice rurale 6.5. Criterii de clasificare a pensiunilor turistice rurale	Prelegere, prezentare videoproiector	4 ore
<p>8.2 Bibliografie Curs</p> <p>Bibliografie</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bran F., Simon T., Nistoreanu P., Ecoturism, Editura Economică, București, 2000 2. Căndeș M., Erdeli G., Peptenatu D., Simon T., Potențialul turistic al României, Editura Universitară, București, 2003 3. Cărămidă L., Brandul ospitalității, Editura BrandMark, București, 2012 4. Constantinescu V.-G., Strategii de promovare a destinațiilor turistice utilizate de agențiile de turism, Editura Economică, București, 2021 5. Boiță M., David G., Experiența ecoturistică între tradiție și gastronomie, Editura Sitech, 2015 6. Ghereș M., Agroturism, de la tradiție la oferta comercială, Editura Risoprint, Cluj Napoca 2003 7. Glăvan V., Turism Rural. Agroturism. Turism durabil. Ecoturism Editura Economică, București, 2003 8. Hall D., Kirkpatrick I., Mitchell M., Rural Tourism and Sustainable Business, Channel View Publications UK, 2005 9. Isac F., Rusu S., Administrarea afacerilor în turism, Editura Mirton, Timișoara, 2009 10. Minciu R., Economia turismului, Editura Uranus, București, 2001 11. Mitrache Șt., Manole V., Stoian M., Bran F., Istrate I., Agroturism și turism rural, Editura Fax Press, București, 1996 12. Miu F., Ecoturism și turism rural, Editura Universitatea din Pitești, 2008 13. Nistoreanu P., Ecoturism și turism rural, Ediția a 3-a, Editura ASE, București, 2006 14. Robinson M., Sharpley R., Evans N., Long. P, Swarbrooke J., Developments in urban and Rural Tourism, Reflections on International Tourism, Business Education Publishers Ltd., 2000 15. Rusu S., Turism rural și agroturism, Editura Mirton, Timișoara, 2007 16. Rusu S., Turism rural și ecoturism - Curs platforma online 17. Rusu S., Antreprenariat în turism și industria ospitalității, Editura CH Beck, București, 2014 18. Rusu S., Isac. F., Turism rural și ecoturism, Editura Universității Aurel Vlaicu, Arad, 2010 19. Sgander S., Brumar C., ABC-ul tehnologiei hoteliere si al agroturismului, Editura Diasfera, Bucuresti, 2005 20. Snak O., Baron P., Neacșu N., Economia turismului, Editura Expert, București, 2001 21. Stoian M., Managementul pensiunii, ANTREC, Bucuresti, 2005 22. Weaver D., Ecotourism, John Wiley & Sons Australia, 2001 		
8.3 Conținut Seminar	Metode de predare	Observații

Elaborarea unui proiect aplicând principiile generale ale turismului și studiind factorii de influență ai turismului	Dezbaterea noțiunilor de bază. Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	2 ore
Efectuarea unei analize a bazei materiale a turismului rural și agroturismului dintr-o zonă turistică	Dezbaterea noțiunilor de bază. Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	4 ore
Conceperea unui studiu pentru a găsi posibilitatea de a practica turismul rural și agroturismul într-o anumită regiune turistică	Dezbaterea noțiunilor de bază. Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	2 ore
Elaborarea unui proiect prezentând modul de aplicare a principiilor ecoturismului într-o zonă sau regiune turistică	Dezbaterea noțiunilor de bază. Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	2 ore
Discuții prin care să se prezinte posibile măsuri de stimulare a activității de turism rural. Efectuarea unui studiu comparativ al pensiunilor rurale și urbane dintr-o zonă turistică	Dezbaterea noțiunilor de bază. Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	4 ore

8.4 Bibliografie Seminar

1. Glăvan V., **Turism Rural. Agroturism. Turism durabil. Ecoturism**, Editura Economică, București, 2003
2. Isac F., Rusu S., **Administrarea afacerilor în turism**, Editura Mirton, Timișoara, 2009
3. Minciu R., **Economia turismului**, Ed. Uranus, București, 2001
4. Mitrache Șt., Manole V., Stoian M., Bran F., Istrate I., **Agroturism și turism rural**, Editura Fax Press, București, 1996
5. Nistoreanu P., **Ecoturism și turism rural**, Ediția a 3-a, Editura ASE, București, 2006
6. Rusu S., **Turism rural și agroturism**, Editura Mirton, Timișoara, 2007
7. Rusu S., **Turism rural și ecoturism - Curs platforma online**

8. Rusu S., Isac. F., Turism rural și ecoturism, Editura Universității Aurel Vlaicu, Arad, 2010		
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)

<ul style="list-style-type: none"> • Prin conținuturile sale, disciplina contribuie la formarea specialiștilor în domeniul turismului.

10. Evaluare (acolo unde este cazul)

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1. Curs	Cunoașterea terminologiei specifice, capacitatea de utilizare a noțiunilor specifice	examen	50%
10.2. Seminar	Participarea la activități și corectitudinea răspunsurilor Participarea activă la seminarii Realizarea proiectului aferent disciplinei	Portofoliu - Susținerea de către student a proiectului	50%
10.3. Laborator			
10.4. Proiect			
10.5 Standard minim de performanță			
Obținerea cel puțin a notei 5(cinci) la examinarea finală			

Titular
doctor Rusu Sergiu

Asistent
doctor Rusu Sergiu

DIRECTOR DEPARTAMENT
Conf.dr. Almasi Robert Cristian

DECAN
Conf. univ. dr. Mioara-Florina PANTEA



MINISTERUL EDUCAȚIEI
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	2024-2025
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	EICS5A07 Tehnica operațiunilor de turism
2.2. Titular Plan învățământ	doctor Blaga Radu Lucian
2.3. Asistent	doctor Blaga Radu Lucian
2.4. Anul de studiu	3
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	3
3.2. Ore de curs pe săptămână	1
3.3. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe săptămână	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	42
3.5. Ore de curs pe semestru	14
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	23
3.4.3. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	32
3.4.4. Tutoriat	4
3.4.5. Examinări	4
3.4.6. Alte activități ...	0
3.7. Total ore studiu individual	83
3.8. Total ore pe semestru	125
3.9. Numărul de credite	3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Precondiții de curriculum	Nu este cazul
4.2. Precondiții de competențe	

5. Condiții necesare (acolo unde este cazul)

5.1. Condiții de desfășurare a cursului	Sală de curs, video proiector, tablă
---	---

5.2. Condiții de desfășurare a seminarului	Sală de 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	<p>C3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii; C3.1 Definirea conceptelor privind cererea și oferta de bunuri și servicii, inclusiv în activitatea de turism, a comportamentului consumatorilor și a normelor de protecție a acestora; C3.2 Explicarea și interpretarea fenomenelor și proceselor economice specifice comerțului, turismului și serviciilor pe baza conceptelor privind cererea și oferta de servicii și 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 și analize, organizatorice și de eficiență a activității firmelor în vederea acordării de consiliere și asistență; C5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii; C5.1 Definirea adecvată a conceptelor și principiilor specifice managementului calității aplicat serviciilor; C5.2 Explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații și procese asociate sistemelor de asigurare a calității în servicii; C5.3 Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situații specifice asigurării calității în comerț, turism și servicii; C5.4 Evaluarea și particularizarea metodelor și modelelor de asigurare a calității la specificul organizațiilor de comerț, turism și servicii; C6. Asistență în managementul resurselor umane; C6.1 Identificarea adecvată a conceptelor legate de planificarea, organizarea, coordonarea și controlul activității resurselor umane în contextul specificității pieței muncii din domeniul administrării afacerilor; C6.2 Explicarea și interpretarea de situații/procese concrete din domeniul administrării afacerilor pentru interpretarea corectă a evoluțiilor pieței muncii și a evoluțiilor din interiorul firmelor în ceea ce privește angajații.</p>
6.2. Competențe transversale	<p>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.</p>

7. Obiectivele disciplinei (acolo unde este cazul)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<p>Obiectivul fundamental este însușirea de către studenți a modului în care se realizează prestațiile în turism, comercializarea produselor și serviciilor turistice, gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii, gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare.</p>
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> - înțelege terminologia de tehnică a turismului; - identifică și prezintă tipurile de agenții de turism și alte structuri turistice; - analizează și identifică condițiile de comercializare a produselor turistice; - cunoaște principalele activități ale structurilor de primire turistică; - înțelege operațiunile și instrumentele de plată folosite în turism; - înțelege și aplică etica afacerilor în turism.

8. Conținuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conținut Curs	Metode de predare	Observații
1. Considerații generale privind activitatea de turism	Expozitive	2
2. Managementul marketingului în turism	Expozitive, Conversative	3
3. Comunicarea în firmele de turism	Expozitive, Conversative	2
4. Comercializarea produselor de turism	Expozitive	2
5. Tehnica derulării activităților turistice	Expozitive, Conversative	4
6. Etica afacerilor în turism	Expozitive	1
8.2 Bibliografie Curs 1. Blaga R. L., Tehnica operațiunilor de turism - note de curs în format electronic pe platforma core.uav.ro, Arad, 2024 2. Constantinescu V., G., Strategii de promovare a destinațiilor turistice utilizate de agențiile de turism, Editura Economică, București, 2021 3. Lupu N., Hotelul, economie și management – ediția a V-a, Ed. All Beck, București, 2005 4. Rusu, S., Antreprenoriat în turism și industria ospitalității, Editura CH Beck, București, 2014 5. Stănciulescu G., Tehnica operațiunilor de turism intern și internațional, Ed. C.H.Beck, București, 2013 6. Stănciulescu, G., Managementul operațiunilor în turismul de evenimente, Editura ASE București, 2010 7. Stănciulescu, G., Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație, Ed. CH BECK, București, 2013 8. *** www.insse.ro 9. *** www.unwto.org 10. *** www.world-tourism.org 11. ***www.wttc.org 12. ***https://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism		
8.3 Conținut Seminar	Metode de predare	Observații
1. Clarificarea unor concepte, noțiuni privind tehnica operațiunilor de turism	Expozitive	2
2. Contracte în sfera comercializării produsului turistic – contracte între prestatori și intermediarii din turism, contractul de hotelărie, contractul de reprezentare, contractul de franșiză, contractul de timeshare, asociere hotelieră	Conversative -Expozitive	6
3. Documente primare folosite în hotelărie, restaurație și tratament	Expozitive	4
4. Instrumente și modalități de plată folosite în turism	Conversative -Expozitive	2
5. Structuri de primire turistice cu funcțiuni de cazare și restaurație	Conversative -Expozitive	4
6. Agenții de turism	Expozitive	2
7. Tehnici de stabilire a prețului în industria hotelieră și în restaurante	Conversative -Expozitive	4
8. Prezentarea lucrărilor practice	Conversative - Expozitive	4

8.4 Bibliografie Seminar		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Blaga R. L., Tehnica operațiunilor de turism - note de seminar în format electronic pe platforma core.uav.ro, Arad, 2024 2. Constantinescu V., G., Strategii de promovare a destinațiilor turistice utilizate de agențiile de turism, Editura Economică, București, 2021 3. Ionescu, I., Turismul, fenomen economic, social și cultural, Ediția Oscar Print, București, 2000 4. Lupu N., Hotelul, economie și management – ediția a V-a, Ed. All Beck, București, 2005 5. Minciu, R., Economia turismului, Editura Uranus, București, 2001 6. Rusu, S., Antreprenoriat în turism și industria ospitalității, Editura CH Beck, București, 2014 7. Stănciulescu G., Tehnica operațiunilor de turism intern și internațional, Ed. C.H.Beck, București, 2013 8. Stănciulescu, G., Managementul operațiunilor în turismul de evenimente, Editura ASE București, 2010 9. Stănciulescu, G., Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație, Ed. CH BECK, București, 2013 10. *** www.insse.ro 11. *** www.unwto.org 12. *** www.world-tourism.org 13. ***www.wttc.org 14. ***https://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism 		
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)

<p>Prin conținutul său, disciplina are un caracter teoretic și practic, contribuind la formarea specialiștilor în domeniul administrației afacerilor din turism.</p>

10. Evaluare (acolo unde este cazul)

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1. Curs	Cunoașterea terminologiei specifice, capacitatea de utilizare a noțiunilor specifice, rezolvarea de itemi în cadrul evaluării finale.	Examen	60%
10.2. Seminar	Elaborarea unei lucrări/proiect (1 temă), participarea activă la orele de seminar, sesiuni științifice studentești.	Notarea lucrării/proiectului, evidențierea participărilor la evenimentele științifice studentești, întrebări-argumentări ale unor păreri asupra lucrărilor prezentate la seminar.	40%
10.3. Laborator			

10.4. Proiect			
10.5 Standard minim de performanță Obținerea cel puțin a notei 5(cinci) la examinarea finală.			

Titular
doctor Blaga Radu Lucian

Asistent
doctor Blaga Radu Lucian

DIRECTOR DEPARTAMENT
Conf.dr. Almasi Robert Cristian

DECAN
Conf. univ. dr. Mioara-Florina PANTEA



MINISTERUL EDUCAȚIEI
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	2024-2025
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	EICS5A10 Comunicare și relații publice
2.2. Titular Plan învățământ	doctor Hațegan Vasile Petru
2.3. Asistent	doctor Hațegan Vasile Petru
2.4. Anul de studiu	3
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	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	36
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	36
3.8. Total ore pe semestru	50
3.9. Numărul de credite	2

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	CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă CT2. Identificarea relațiilor și responsabilităților într-o echipă specializată 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	Întelegerea și însușirea de către studenți a fundamentelor teoretice și practice din domeniul comunicării și relațiilor publice
7.2. Obiectivele specifice	1. Aprofundarea cunoștințelor teoretice și deprinderilor practice specifice domeniului de comunicare și relații publice 2 Familiarizarea cu metode de lucru utilizate în domeniul comunicării și a relațiilor publice 3 Cunoașterea principalele stiluri de comunicare utilizate în domeniul relațiilor publice.

8. Conținuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conținut Curs	Metode de predare	Observații
1. Definiții și forme ale comunicării. 2. Comunicarea: principala metoda de realizare a relațiilor publice. Comunicarea verbală și nonverbală. 3. Comunicarea interpersonală. 4. Comunicarea în grupuri. Comunicarea publicitară. 5. Comunicarea organizațională. 6. Istoric și definiții ale relațiilor publice. Principiile sistemului de relații publice și domenii de aplicare și operatori PR. 7. Relații publice: clasificări, trasaturi, tehnici și metode de lucru. 8. Funcții ale RP. Forme de exercitare. Modalități de cercetare în domeniu. 9. Structuri de Relații Publice. 10. Comunicarea publică: Definiții, funcții. Relația instituție publică-presă. 11. Comunicarea pe internet. Tehnici de PR în online. 12. Etica în PR. Principii și valori. 13. Influențarea prin comunicare: propagandă, persuasiunea, manipularea. 14. Comunicarea pentru găsirea unui loc de muncă: CV, scrisoare de intenție, interviu de angajare.	Expunere. Discuție, Conversație, Instruire directă.	2 ore/ modul de curs
8.2 Bibliografie Curs <ol style="list-style-type: none"> 1. Dinu, M. Comunicarea, repere fundamentale, Orizonturi, București, 2014. 2. Rus, F.C. Introducere în știința comunicării și a relațiilor publice, Institutul European, Iași, 2002 3. Stoica, M. Introducere în relații publice, Pro Universitaria, București, 2010. 4. Ștefănescu, S. Sociologia comunicării, Cetatea de scaun, Târgoviște, 2009. 5. Chiriță, E. Puterea imaginii în relațiile publice, Ed. universitară, București, 2015. 6. King, L. Secretele comunicării, Amaltea, București, 2004. 7. Griffin, Em. O perspectivă asupra teoriilor comunicării, Ed. Universității de Vest, Timisoara, 2019. 8. Haineș, R. Tipuri și tehnici de comunicare în organizații, Ed. universitară, București, 2008. 		

9. Coman, A. Tehnici de comunicare, Ed. C.H.Beck, București, 2008.
10. Gherghiță, A; Gherghiță I.M., Comunicare și relații publice, Sitech, Craiova, 2009.
11. Sandu, A. Relații publice și comunicare pentru administrația publică, Tritonic, București, 2016.
12. Secară, C. Comunicare și relații publice, Sitech, Craiova, 2009.
13. Șerb, S. Relații publice și comunicare, Teora, București, 2005.
14. Stroe, C. Filosofia comunicării, Ed. universitară, București, 2015.
15. Ștefănescu, S. Sociologia comunicării, Cetatea de scaun, Târgoviște, 2009.
16. Turcu, D. Comunicare și relații publice, Eurostampa, Timișoara, 2009.

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	Testarea cunostintelor acumulate de studenti. Notare portofoliu aplicativ..	Test grila cu intrebari si raspunsuri. Portofoliu aplicativ: CV si scrisoare de intentie (individual) si realizare Ppt. note curs (in echipa)	60% 40%
10.2. Seminar			
10.3. Laborator			
10.4. Proiect			
10.5 Standard minim de performanță			

Titular
doctor Hațegan Vasile Petru

Asistent
doctor Hațegan Vasile Petru

DIRECTOR DEPARTAMENT
Conf.dr. Almasi Robert Cristian

DECAN
Conf. univ. dr. Mioara-Florina PANTEA



MINISTERUL EDUCAȚIEI
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	2024-2025
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	EICS6A18 Tranzacții comerciale
2.2. Titular Plan învățământ	doctor Csorba Luiela Magdalena
2.3. Asistent	doctor Csorba Luiela Magdalena
2.4. Anul de studiu	3
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 învățământ	48
3.5. Ore de curs pe semestru	24
3.6. Ore de seminar/ laborator/ proiect pe semestru	24
Distribuția fondului de timp [Ore]	
3.4.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	25
3.4.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	7
3.4.3. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	10
3.4.4. Tutoriat	0
3.4.5. Examinări	10
3.4.6. Alte activități ...	0
3.7. Total ore studiu individual	52
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	Economie I, Economie II, Marketing

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	<p>C2.1 Descrierea modalităților de concepere a produsului turistic, a tehnicilor de comercializare și a comportamentului agenților economici în contextul creat de legislația și regulamentele aferente în vigoare.</p> <p>C2.2 Explicarea și interpretarea fluxurilor și a tehnicilor de comercializare diferențiat după natura produselor și serviciilor</p> <p>C2.3 Aplicarea unor modele și instrumente de organizare a spațiilor de vânzare și depozitare</p> <p>C2.4 Analiza critic-constructivă a relațiilor dintre consumatorii și furnizorii specifici domeniului comerț, turism și servicii</p> <p>C2.5 Fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare – publicitate, promovare directă, relații publice, marketing direct</p>
6.2. Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei (acolo unde este cazul)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<p>Cunoașterea și înțelegerea cât mai deplină a rolului și particularităților tranzacțiilor comerciale internaționale.</p> <p>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.</p>
7.2. Obiectivele specifice	

8. Conținuturi (acolo unde este cazul)

8.1 Conținut Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere în comerțul internațional și în tranzacțiile comerciale	Prelegerea, prezentarea cu videoproiector, expunerea, discuția, conversația, întrebări recapitulative la finalul cursului	2 ore
2. Generalități privind logistica firmei	Prelegerea, prezentarea cu videoproiector, expunerea, discuția, conversația, întrebări recapitulative la finalul cursului	2 ore
3. Rolul transportului în logistică	Prelegerea, prezentarea cu videoproiector, expunerea, discuția, conversația, întrebări recapitulative la finalul cursului	2 ore
4. Tipologia transportului (transportul rutier și feroviar)	Prelegerea, prezentarea cu videoproiector, expunerea,	2 ore

	discuția, conversația, întrebări recapitulative la finalul cursului	
5. Tipologia transportului (transportul naval, aerian și prin magistrale de conducte)	Prelegerea, prezentarea cu videoproiector, expunerea, discuția, conversația, întrebări recapitulative la finalul cursului	2 ore
6. Operațiunile comerciale combinate și speciale	Prelegerea, prezentarea cu videoproiector, expunerea, discuția, conversația, întrebări recapitulative la finalul cursului	2 ore
7. Tipuri de logistică	Prelegerea, prezentarea cu videoproiector, expunerea, discuția, conversația, întrebări recapitulative la finalul cursului	6 ore
8. Strategia de logistică a firmei	Prelegerea, prezentarea cu videoproiector, expunerea, discuția, conversația, întrebări recapitulative la finalul cursului	4 ore
9. Eficiența schimburilor economice externe	Prelegerea, prezentarea cu videoproiector, expunerea, discuția, conversația, întrebări recapitulative la finalul cursului	2 ore
8.2 Bibliografie Curs 1. Burda, A. - Logistica și distribuția mărfurilor, Editura Pro Universitaria, 2018 2. Caraiani, Gh., Potecea, V. - Logistica în afacerile internaționale, Editura Universitară, 2013 3. Ciobanu, Ghe. (coord.). -Tranzacții economice internaționale, Editura Imprimeria Ardealul, Cluj Napoca, 2004 4. Csorba, L. - Tranzacții comerciale, Curs în suport scris și electronic, 2024 5. Georgescu, G. - Mijloace, modalități și instrumente de plată, Editura ASE, București, 2003 6. Ișan, V. - Tranzacții comerciale internaționale, vol. 1, Editura Sedcom Libris, Iași, 2004 7. Mionel, O. - Tranzacții comerciale, Editura Universitară, 2016 8. Mionel, I., Orheian, O.M. - Tranzacțiile comerciale în era evernetului. Ghidul studentului, Editura Universitară, 2019		
8.3 Conținut Seminar	Metode de predare	Observații
1. Introducere în comerțul internațional și în tranzacțiile comerciale 9. Eficiența schimburilor economice externe 2 ore	discuția, conversația, exercițiul, studiul de caz, lucrări practice, dezbateră, lucrul în echipă	2 ore
2. Generalități privind logistica firmei	discuția, conversația, exercițiul, studiul de caz, lucrări practice, dezbateră, lucrul în echipă	2 ore

3. Rolul transportului în logistică	discuția, conversația, exercițiul, studiul de caz, lucrări practice, dezbateră, lucrul în echipă	2 ore
4. Tipologia transportului (transportul rutier și feroviar)	discuția, conversația, exercițiul, studiul de caz, lucrări practice, dezbateră, lucrul în echipă	2 ore
5. Tipologia transportului (transportul naval, aerian și prin magistrale de conducte)	discuția, conversația, exercițiul, studiul de caz, lucrări practice, dezbateră, lucrul în echipă	2 ore
6. Operațiunile comerciale combinate și speciale	discuția, conversația, exercițiul, studiul de caz, lucrări practice, dezbateră, lucrul în echipă	2 ore
7. Tipuri de logistică	discuția, conversația, exercițiul, studiul de caz, lucrări practice, dezbateră, lucrul în echipă	6 ore
8. Strategia de logistică a firmei	discuția, conversația, exercițiul, studiul de caz, lucrări practice, dezbateră, lucrul în echipă	4 ore
9. Eficiența schimburilor economice externe	discuția, conversația, exercițiul, studiul de caz, lucrări practice, dezbateră, lucrul în echipă	2 ore
8.4 Bibliografie Seminar 1. Bădulescu, D. - Tehnici de comerț exterior, Editura Universitatea din Oradea, 2005 2. Caraiani, Gh., Potecea, V. - Logistica în afacerile internaționale, Editura Universitară, 2013 3. Ciobanu, Ghe. (coord.) - Tranzacții economice internaționale, Editura Imprimeria Ardealul, Cluj Napoca, 2004 4. Csorba, L. - Tranzacții comerciale, Curs în suport scris și electronic, 2024 5. Georgescu, G. - Mijloace, modalități și instrumente de plată, Editura ASE, București, 2003 6. Ișan, V. - Tranzacții comerciale internaționale, vol. 1, Editura Sedcom Libris, Iași, 2004 7. Mionel, O. - Tranzacții comerciale, Editura Universitară, 2016 8. Mionel, I., Orheian, O.M. - Tranzacțiile comerciale în era evernetului. Ghidul studentului, Editura Universitară, 2019		
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)

Conținutul fișei disciplinei a fost elaborat în baza consultării cu alte cadre didactice din domeniu, a bibliografiei de specialitate și a fluctuațiilor din mediul de afaceri.

10. Evaluare (acolo unde este cazul)

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1. Curs	Însușirea noțiunilor și a conceptelor fundamentale	Evaluare orală (clasic)	80%
10.2. Seminar	Demonstrarea capacităților de soluționare a unor situații date	Activitatea din cadrul lucrărilor de seminar	20%
10.3. Laborator			
10.4. Proiect			
10.5 Standard minim de performanță Rezolvarea itemilor din cadrul evaluării orale astfel încât punctajul acumulat să fie de minim 5.			

Titular
doctor Csorba Luiuța Magdalena

Asistent
doctor Csorba Luiuța Magdalena

DIRECTOR DEPARTAMENT
Conf.dr. Almasi Robert Cristian

DECAN
Conf. univ. dr. Mioara-Florina PANTEA