

FIŞA DISCIPLINEI¹

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Aurel Vlaicu din Arad
1.2 Facultatea	Facultatea de Științe Economice
1.3 Departamentul	Departamentul Discipline Economice
1.4 Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Specializarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Dreptul Afacerilor
2.2 Titularul activității de curs	Lector univ.dr. Stoian Camelia Daciana
2.3 Titularul activității de seminar/laborator	-
2.4 Anul de studiu	II
2.5 Semestrul	I
2.6 Tipul de evaluare	Examen
2.7 Regimul disciplinei	Ob (Disciplină obligatorie)

3. Timpul total estimat

3.1 Număr de ore pe săptămână	1	din care 3.2 curs	-	3.3 seminar/laborator	-
3.4 Total ore din planul de învățământ	14	din care 3.5 curs	-	3.6 seminar/laborator	-
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					25
Tutoriat					2
Examinări					4
Alte activități...					-
3.7 Total ore studiu individual					86
3.8 Total ore din planul de învățământ (3.4) + Total ore studiu individual (3.7)					14+86=100
3.9 Total ore pe semestru (25 ore/1 credit) 25x4=100					100
3.10 Numărul de credite					4

¹ Cf. Ordinul ministrului educației naționale nr. 3475 din 17 martie 2017, publicat în M.Of. al României, Partea I, Nr.204/24.03.2017;

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> • Asigurare acces zoom • Sală curs cu videoproiector
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> • Sală cu videoproiector

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C2 Comercializarea produselor/serviciilor</p> <p>C2.4 Analiza critic-constructivă a relațiilor dintre consumatorii și furnizorii specifici domeniului comerț, turism și servicii</p> <p>C3 Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii</p> <p>C3.5 Consiliere și asistență prin elaborarea de proiecte profesionale care răspund problemelor curente ale clienților</p>
Competențe transversale	<p>CT1 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor de etică profesională în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă</p> <p>CT2 Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă pluri-specializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei.</p>

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Asimilarea cunoștințelor de specialitate referitoare la formele de organizare a unei activități economice, tipurile de profesioniști, tipurile de întreprinderi, corelația între noțiunile de profesionist și modul de exploatare a unei întreprinderi, înțelegerea caracterului interdisciplinar determinat de specificul raporturilor desfășurate între și de către profesioniști; abilitatea de percepere a mecanismelor economiei de piață în strânsă corelare cu scopurile urmărite și cu soluțiile posibile în context legislativ național, european și internațional.
7.2 Obiectivele specifice	<p>Cunoașterea legislației, doctrinei și jurisprudenței în domeniul raporturilor dintre profesioniști.</p> <p>Înțelegerea modului de definire a exploatarii unei "întreprinderi" prin raportare la scopul constituirii și ansamblul operațiunilor necesare atingerii scopului cu implicațiile de exercitare sistematică, a unei activități organizate ceea ce determină atribuții de înfăptuire a unor funcții organizaționale, de management economic și reprezentare juridică la diferite niveluri.</p> <p>Dzvoltarea abilităților de soluționare a problemelor pe baza informațiilor teoretice însușite și a aspectelor practice dezvoltate; de a argumenta opinii</p>

	<p>și de a lansa propuneri pertinente; de a soluționa spețe din practica judiciară publicată și nepublicată.</p> <p>Asigurarea unei baze largi de cunoștințe avansate pentru a preântâmpina cerințele "pieței muncii" prin corelarea rezultatelor învățării cu așteptările categoriilor din ce în ce mai diversificate de angajatori.</p>
--	---

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
		Total: 14 ore
Tema I Noțiuni introductive privind dreptul afacerilor Raportul de drept al afacerilor - Profesioniștii și întreprinderile Noțiune. Trăsături caracteristice ale profesionistului și întreprinderii Efecte juridice ale dobândirii calității de profesionist Activitățile economice Obligațiile profesionale ale profesioniștilor	- prelegere; - analiza actelor normative incidente în relationare directă cu domeniul de studiu; - dialog interactiv;	2 ore
Tema II Profesioniștii Desfășurarea activităților economice de către persoanele fizice autorizate, întreprinderile individuale și întreprinderile familiale Regile autonome și societățile la care statul deține participații integrale sau majoritare Întreprinderi civile cu personalitate juridică, fără scop lucrativ	- prelegere; - analiza actelor normative incidente în relationare directă cu domeniul de studiu; - dialog interactiv;	2 ore
Tema III Societățile 1. Considerații generale 2. Reglementarea juridică a societăților 3. Noțiunea, definiția și natura juridică a societăților 4. Elementele specifice - Noțiuni generale - Aporturile asociațiilor - Intenția asociațiilor de a exercita în comun o activitate comercială (affectio societatis) - Realizarea (obținerea) și împărțirea beneficiilor	- prelegere; - analiza actelor normative incidente în relationare directă cu domeniul de studiu; - dialog interactiv;	2 ore
Tema IV Societățile 1. Formele societăților 2. Clasificarea societăților 3. Constituirea societăților - Actele constitutive - Formalitățile necesare constituuirii - Înființarea sucursalelor și filialelor 4. Funcționarea societăților - Noțiuni introductive - Adunarea generală	- prelegere; - analiza actelor normative incidente în relationare directă cu domeniul de studiu; - dialog interactiv;	2 ore

<ul style="list-style-type: none"> - Administratorii - Cenzorii societății și auditul finanțiar <p>5. Societatea Europeană - Societas Europe</p>		
<p>Tema V Societățile</p> <p>Fuziunea și divizarea societăților</p> <ul style="list-style-type: none"> - Noțiunea și formele fuziunii și divizării - Condițiile fuziunii și divizării societăților - Efectele fuziunii sau divizării societăților <p>Dizolvarea și lichidarea societăților</p> <p>Procedura insolvenței</p> <ul style="list-style-type: none"> - Noțiuni introductive. Reglementare - Noțiune - Domeniul de aplicare - Definiția și caracterele procedurii insolvenței 	<ul style="list-style-type: none"> - prelegere; - analiza actelor normative incidente în relaționare directă cu domeniul de studiu; - dialog interactiv; 	2 ore
<p>Tema VI Răspunderea</p> <p>Răspunderea profesioniștilor</p> <p>Răspunderea persoanelor juridice</p>	<ul style="list-style-type: none"> - prelegere; - analiza actelor normative incidente în relaționare directă cu domeniul de studiu; - dialog interactiv; 	1 oră
<p>Tema VII. Contracte - Principalele contracte</p> <p>Relația dintre operator și persoana împuternicită în domeniul protecției datelor cu caracter personal. Relația dintre operator și clienți în domeniul protecției datelor cu caracter personal</p>	prelegere	3 ore

Bibliografie curs:

- Stoian, Camelia Daciana, *note de curs*
- Andreea-Teodora Stănescu, Legislația întreprinderilor, Editura Hamangiu, Ediția 2020;
- Claudiu Galu, Dreptul de regres. Regresul în dreptul afacerilor, Editura: C.H. Beck, 2020;
- Claudia Antoanela Susanu ,Cadrul juridic societar. Repere naționale și europene, Ed. Universul juridic, București, 2018;
- Gabriel Boroi, Mona-Maria Pivniceru, Carla Alexandra Anghelescu , Bogdan Nazat , Ioana Nicolae, Fise de drept civil, 2018;
- Andreea-Teodora Stanescu, Legislația întreprinderilor, Ed. Hamangiu, București, 2018;
- Carmen Nicoleta Barbieru, Rolul grupului european de interes economic în activitatea de comerț internațional, Ed. Universul juridic, București, 2018;
- Cărpénaru, S.D., Piperea Gh., David, S., Legea societăților comerciale, Comentariu pe articole, Ediția 5, Editura CH Beck, 2014;
- Cărpénaru, Șt. D. Tratat de drept comercial român, ed.a 3-a, revizuită conform Noului Cod civil, București, Ed. Universul Juridic, 2012;

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

Structurarea conținutului cursului și alegerea metodelor de predare/învățare, au ca scop asigurarea unei baze largi de cunoștințe avansate pentru a preântâmpina cerințele pieței muncii prin corelarea rezultatelor învățării cu așteptărilor categoriilor tot mai diversificate de angajatori din domeniu dar și coordonarea cu alte programe similare din cadrul altor instituții de învățământ superior.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none"> Utilizarea corectă a principalelor noțiuni teoretice, precum și a aspectelor practice privind disciplina studiată 	examen	80%
10.5 Curs	<ul style="list-style-type: none"> Discutarea unor cazuri din practica judiciară. 	Prezență/activitate/implicare	20%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> -Să dovedească însușirea minimă a materiei; -Prezentarea unei mape de seminar pe tematica din curs; -Activitate în timpul semestrului; -Cunoașterea în afara cursului a elementelor esențiale din bibliografia indicată; 			

Data completării
25.09.2020

Semnătura titularului de curs
Lect.univ.dr. Storan Camelia

Data avizării în departament
28.09.2020

Semnătura directorului de departament
Conf. Univ. Dr Almasi Robert Cristian

FIŞA DISCIPLINEI¹

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Aurel Vlaicu” Arad
1.2 Facultatea	Facultatea de Științe Economice
1.3 Departamentul	Discipline Economice
1.4 Domeniul de studii	Administrarea afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Managementul calității
2.2 Titularul activității de curs	Lect. univ. dr. Săplăcan Silviu Ilie
2.3 Titularul activității de seminar/laborator	Lect. univ. dr. Săplăcan Silviu Ilie
2.4 Anul de studiu	Anul II
2.5 Semestrul	Semestrul I
2.6 Tipul de evaluare	Examen
2.7 Regimul disciplinei	Obligatorie

3. Timpul total estimat

3.1 Număr de ore pe săptămână	5	din care 3.2 curs	3	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	70	din care 3.5 curs	42	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					8
Examinări					2
Alte activități...					-
3.7 Total ore studiu individual					80
3.8 Total ore din planul de învățământ (3.4) + Total ore studiu individual (3.7)					150
3.9 Total ore pe semestru					150
3.10 Numărul de credite					6

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Management, Economie
4.2 de competențe	Capacitatea relationare și comunicare

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	-
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	-

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii C6. Asistență în managementul resurselor umane
Competențe transversale	CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relationare și muncă eficientă în cadrul echipei

¹ Cf. M.Of. al României, Partea I, Nr.800 bis/13.XII.2011, Ordinul ministrului nr. 5703 din 18 oct. 2011

7. Obiectivele disciplinei (reiesind din grila competențelor specifice acumulate)

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

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Coordonate metodologice (conceptul de „calitate”, „calitate totală”; curente dominante în evoluția acestor concepe).	Prelegere, prezentare videoproiector, instruire directă	4 ore
2. Definirea și funcțiile managementului calității.	Prelegere, prezentare videoproiector, instruire directă	4 ore
3. Definirea politicii calității. Obiectivele calității. Calitatea - factor strategic al competitivității	Prelegere, prezentare videoproiector, instruire directă	4 ore
4. Strategia KAIZEN – strategie pentru îmbunătățirea continuă	Prelegere, prezentare videoproiector, instruire directă	4 ore
5. Asigurarea calității – funcție de bază a managementului calității	Prelegere, prezentare videoproiector, instruire directă	4 ore
6. Structura sistemului calității	Prelegere, prezentare videoproiector, instruire directă	4 ore
7. Documentația sistemului calității	Prelegere, prezentare videoproiector, instruire directă	6 ore
8. Definirea și principiile Managementului Calității Totale (TQM)	Prelegere, prezentare videoproiector, instruire directă	6 ore
9. Implementarea Managementului Calității Totale (TQM)	Prelegere, prezentare videoproiector, instruire directă	6 ore

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

Bibliografie

1. Curs format electronic încărcat pe platforma S.U.M.S., 2020;
2. Burduş, E., Căprărescu, G., Androniceanu A., 2008, *Managementul schimbării organizaţionale*, Ediția a treia, București, Editura Economică;
3. Falniță, E., *Managementul total al calității*, Editura Mirton, Timișoara, 2007;
4. Lile, R., *Managementul calității totale*, Editura Mirton, Timișoara, 2007;
5. Păcurariu Ghe., Lile R., 2004 “*Calitate și standardizare în industria alimentară*”, Ed. Univ. Aurel Vlaicu Arad.

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Susținere de proiecte/Rezolvarea de itemi în cadrul evaluării finale	Evaluare scrisă/ Evaluare orală	50%
10.5 Seminar/laborator	Elaborarea proiectelor în cadrul seminarilor/laboratoarelor și susținerea acestora/ Rezolvarea de itemi în cadrul evaluării finale	Evaluare scrisă/ Evaluare orală	50%
10.6 Standard minim de performanță: rezolvarea corectă a 50% din evaluarea finală			

Data completării
25.09.2020

Semnătura titularului de curs
Lect. univ. dr. Săplăcan Silviu Ilie

Semnătura titularului de seminar
Lect. univ. dr. Săplăcan Silviu Ilie

Data avizării în departament
28.09.2020

Semnătura directorului de departament
Conf. univ. dr. Almași Robert Cristian

FIŞA DISCIPLINEI*

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Aurel Vlaicu” din Arad
1.2 Facultatea	Științe Economice
1.3 Departamentul	Discipline Economice
1.4 Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Managementul resurselor umane
2.2 Titularul activităților de curs	Lect.univ.dr. SPINU ADINA ELEONORA
2.3 Titularul activităților de seminar	Asist.univ.dr. RUSU CORINA MARIA
2.4 Anul de studiu	II
2.5 Semestrul	I
2.6 Tipul de evaluare	Examen
2.7 Regimul disciplinei	Obligatorie

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care:	3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care:	3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp						ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notite						38
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren						28
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri						20
Tutoriat						4
Examinări						4
Alte activități.....						-
3.7 Total ore studiu individual	94					
3.9 Total ore pe semestru	150					
3.10 Numărul de credite	6					

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Management
4.2 de competențe	Cunoașterea și utilizarea noțiunilor de resurse umane

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	-
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	-

* În vederea completării corecte a fișei disciplinei, cadrele didactice sunt invitate să consulte Ghidul de Completare a Fișei Disciplinei.

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>Parcurgerea disciplinei conferă studenților dobândirea următoarele competențe:</p> <p>C6. Asistență în managementul resurselor umane</p> <p>C6.1 Identificarea adekvată a conceptelor legate de planificarea, organizarea, coordonarea și controlul activității resurselor umane în contextul specificității pieței muncii din domeniul administrării afacerilor</p> <p>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> <p>C6.3 Rezolvarea de probleme, situații, studii de caz specifice resurselor umane: recrutare, selecție, motivare, salarizare, orarul de muncă., formare.</p> <p>C6.4 Estimarea necesarului de resurse umane în raport cu cerințele de volum și eficiență a organizației</p> <p>C6.5 Fundamentarea de proiecte de recrutare, selecție, motivare, salarizare a resursei umane din domeniul administrării afacerilor</p>
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei (reiese din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul general al disciplinei este cunoașterea și înțelegerea cât mai deplină a rolului și importanței resursei umane în cadrul organizației.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • asigură studenților deprinderi și cunoștințe pe baza raționamentelor logice, pentru înțelegerea rolului resurselor umane ca fiind una dintre cele mai importante investiții ale unei organizații; • cunoașterea particularităților și a principalelor activități specifice managementului resurselor umane; • însușirea modelelor, tehniciilor, strategiilor și politicilor specifice managementului resurselor umane; • analiza, proiectarea, gestionarea și descrierea posturilor și specificațiilor acestora; • însușirea și cunoașterea modului în care se efectuează recrutarea, selecția, angajarea, promovarea și recompensarea resurselor umane.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Analiza și proiectarea posturilor	Prelegeri	3 prelegeri 6 ore
2. Recrutarea și selecția resurselor umane	Prelegeri	6 prelegeri 12 ore
3. Managementul carierei	Prelegeri	3 prelegeri 6 ore
4. Managementul conflictelor	Prelegeri	2 prelegeri 4 ore
Bibliografie		
1. Armstrong M., <i>Managementul resurselor umane, Manual de practică</i> , Editura CODECS, București, 2006;		
2. Burloiu P., <i>Managementul mondial al resurselor umane – o provocare</i> , Editura Economică, București, 2010;		
3. Currie D., <i>Introducere în managementul resurselor umane</i> , Editura CODECS, București, 2009;		
4. Daniels A.C., <i>Managementul performanței. Strategii de obținere a rezultatelor maxime de la angajați</i> , Editura Polirom, Iași, 2007;		
5. Ignat I., <i>Comunicarea nonverbală pe timpul procesului de selecție și recrutare a resurselor umane</i> , Editura		

- Universității Naționale de Apărare „Carol I”, București, 2009;
6. Lefter V., *Managementul resurselor umane. Teorie și practică*, Ediția a II-a, Editura Economică, București, 2008;
 7. Manolescu A. (coordonator), *Managementul resurselor umane – aplicații*, Editura Economică, București, 2004;
 8. Marinaș C.V., *Managementul comparat al resurselor umane*, Editura Economică, București, 2010;
 9. Nica E., *Gestiunea resurselor umane*, Editura Economică, București, 2011;
 10. Nica P., *Managementul performanțelor resurselor umane*, Editura Sedcom Libris, București, 2011;
 11. Nicolescu O., Verboncu I., *Managementul organizației*, Editura Economică, București, 2007;
 12. Popa I., Nicolescu O., *Minidicționar de management. Strategia și managementul strategic*, Editura Pro Universitară, București, 2011;
 13. Spînu Adina Eleonora, *Managementul resurselor umane – Note de curs format electronic pe platforma SUMS*, 2020;
 14. Spînu M.N., Sturz A.E., *Managementul resurselor umane – ediție revizuită*, Editura Universității „Aurel Vlaicu”, Arad, 2008;

8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Motivarea angajaților și satisfacția muncii – abordare generală	Dezbateră	2 seminarii 4 ore
2. Conținutul postului, componente și metode folosite în analiza și evaluarea posturilor	Dezbateră	2 seminarii 4 ore
3. Locul recrutării în strategia generală a organizației. Surse și metode de recrutare	Dezbateră	2 seminarii 4 ore
4. Selectia personalului – metode, derularea procesului de selecție, decizia finală	Dezbateră	2 seminarii 4 ore
5. Metode de evaluare a performanțelor angajaților. Evitarea erorilor de evaluare.	Dezbateră	2 seminarii 4 ore
6. Planificarea carierei și dezvoltarea planului de carieră	Dezbateră	2 seminarii 4 ore
7. Strategii ale managementului conflictelor. Natura conflictului, cauze și tipuri de conflicte	Dezbateră	2 seminarii 4 ore

Bibliografie

1. Armstrong M., *Managementul resurselor umane. Manual de practică*, Editura CODECS, București, 2006;
2. Burloiu P., *Managementul mondial al resurselor umane – o provocare*, Editura Economică, București, 2010;
3. Currie D., *Introducere în managementul resurselor umane*, Editura CODECS, București, 2009;
4. Daniels A.C., *Managementul performanței. Strategii de obținere a rezultatelor maxime de la angajați*, Editura Polirom, Iași, 2007;
5. Ignat I., *Comunicarea nonverbală pe timpul procesului de selecție și recrutare a resurselor umane*, Editura Universității Naționale de Apărare „Carol I”, București, 2009;
6. Lefter V., *Managementul resurselor umane. Teorie și practică*, Ediția a II-a, Editura Economică, București, 2008;
7. Manolescu A. (coordonator), *Managementul resurselor umane – aplicații*, Editura Economică, București, 2004;
8. Marinaș C.V., *Managementul comparat al resurselor umane*, Editura Economică, București, 2010;
9. Nica E., *Gestiunea resurselor umane*, Editura Economică, București, 2011;
10. Nica P., *Managementul performanțelor resurselor umane*, Editura Sedcom Libris, București, 2011;
11. Nicolescu O., Verboncu I., *Managementul organizației*, Editura Economică, București, 2007;
12. Popa I., Nicolescu O., *Minidicționar de management. Strategia și managementul strategic*, Editura Pro Universitară, București, 2011;
13. Spînu Adina Eleonora, *Managementul resurselor umane – Note de curs format electronic*, 2020;
14. Spînu M.N., Sturz A.E., *Managementul resurselor umane – ediție revizuită*, Editura Universității „Aurel Vlaicu”, Arad, 2008;

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none">Cunoașterea terminologiei utilizate în Managementul resurselor umaneCapacitatea de utilizare adecvată a noțiunilor din această disciplină	Examen	70%
10.5 Seminar/laborator	Însușirea problematicii tratate la curs și seminar	Evaluare orală	30%
10.6 Standard minim de performanță			
Cunoașterea principalelor activități ale managementului resurselor umane – gestionarea, recrutarea, selecția, angajarea și motivarea personalului			

Data completării,

25.09.2020

Semnătura titularului de curs,

Lect.univ.dr. Spînu Adina Eleonora

Semnătura titularului de seminar,

Asist.univ.dr. Rusu Corina Maria

Data avizării în Departament,

28.09.2020

Semnătura Directorului de Departament,

Conf.univ.dr. Almasi Robert Cristian

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Aurel Vlaicu” din Arad
1.2. Facultatea	Științe Economice
1.3. Departamentul	Discipline economice
1.4. Domeniul de studii	Administrarea afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor / Economist

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	FUNDAMENTAREA ȘTIINȚEI MĂRFURILOR		
2.2. Titularul activității de curs	Lect. univ. dr. BLAGA Radu Lucian		
2.3. Titularul activității de seminar	Lect. univ. dr. BLAGA Radu Lucian		
2.4. Anul de studiu:	II		
2.5. Semestrul	I		
2.6. Tipul de evaluare	Examen		
2.7. Regimul disciplinei	Obligatorie		
2.8 Codul disciplinei	ELCS3O04		

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	5	din care: 3.2. curs	3	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	70	din care: 3.5. curs	42	3.6. seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					32
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					18
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					4
Examinări					4
Alte activități....					2
3.7. Total ore studiu individual					80
3.8. Total ore din planul de învățământ					70
3.9. Total ore pe semestru					150
3.10. Numărul de credite					6

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sala de curs și seminar

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1.1 Definirea adecvată a conceptelor, metodelor, tehniciilor și a instrumentelor specifice teoriei economice, precum și a celor din domeniul comerțului, turismului și serviciilor; C1.2 Explicarea și interpretarea de date și informații din punct de vedere cantitativ și calitativ, pentru formularea de argumente și decizii concrete asociate studiului mărfurilor din sectorul comerțului, turismului și serviciilor; C1.4 Culegerea și prelucrarea de date din surse documentare alternative și din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor care influențează realizarea prestațiilor în organizațiile din comerț, turism și servicii; C1.5 Realizarea de proiecte profesionale prin utilizarea conceptelor, principiilor și metodelor specifice științei mărfurilor din sectorul comerțului, turismului și serviciilor; C2.5 Fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare-publicitate, promovare directă, relații publice, marketing direct.
Competențe transversale	CT3 Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehniciilor de învățare pentru propria dezvoltare

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea noțiunilor, conceptelor și principiilor ce stau la baza fundamentării științei mărfurilor. Formarea unei concepții economice ca bază a studiului celorlalte discipline economice și a unei gândiri fundamentate pe principiile economiei de piață.
7.2. Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> - înțelegerea noțiunilor și conceptelor generale legate de studiul mărfurilor; - cunoașterea rolului standardizării, marcării, etichetării, ambalării și depozitării mărfurilor; - explică, analizează și fundamentează caracteristicile de calitate a mărfurilor, recepționarea acestora; - aprecierea rolului pe care îl are fundamentarea științei mărfurilor în cadrul disciplinelor economice; - formează abilități și cunoștințe privind noțiunile primare legate de obiectul și metoda de studiu a merceologiei, standardizarea și rolul acesteia, ambalarea marcarea și etichetarea produselor și serviciilor, compoziția chimică, rația alimentară, conservarea mărfurilor alimentare, siguranța și securitatea alimentară, pregătirea studenților în cadrul disciplinei în vederea formării lor ca specialiști în domeniul comerțului, turismului și serviciilor.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere în studiul mărfurilor	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	4
2. Proprietățile generale ale mărfurilor	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	4
3. Cerealele și produsele obținute din cereale	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	2
4. Zahărul și produsele zaharoase	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	3
5. Stimulente și condimente	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	2
6. Băuturi nealcoolice și alcoolice	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	3
7. Laptele și produsele lactate	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	3
8. Carnea și produsele obținute din carne	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	5
9. Mărfuri chimice	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	5
10. Mărfuri din sticlă și ceramică	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	5
11. Bijuterii	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	2
12. Mărfuri textile	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	3
13. Introducere în studiul calimetriei	Prezentare, prelegere, conversație, instruire directă	1
1. Bibliografie obligatorie: <ol style="list-style-type: none"> 1. Blaga, Lucian, Fundamentarea Stiintei marfurilor, suport curs online 2020 2. Diaconescu I., Ardelean D., Diaconescu M. – Merceologie Alimentară. Calitate și siguranță – Ed. Universitară, București, 2007 3. Diaconescu I., Păunescu C. – Analiza senzorială în societățile comerciale, Ed. Uranus, București, 2003 4. Dinu Vasile – Protecția consumatorilor, Ed. ASE, București, 2011 5. Dominica M.D. – Fundamentarea științei mărfurilor, Ed. Alma Mater, Sibiu, 2011 		

- | |
|---|
| 6. Hecht A. – How to Make Money with Commodities, Ed. McGraw-Hill Professional, 2015 |
| 7. Pascu E., Păräian E., Stanciu I. – Fundamentele științei mărfurilor – manual de studiu individual, Ed. Universitară, București, 2012 |
| 8. Păräian E., Pascu E. – Designul și estetica mărfurilor, Ed. Universitară, București, 2010 |
| 9. Procopie Roxana – Bazele merceologiei, www.ase.ro |

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1.Introducere în studiul mărfurilor	Conversative	2
2.Studii de caz privind proprietăile generale ale mărfurilor		2
3.Standarde naționale și internaționale în domeniul calității și Organisme internaționale de standardizare	Expozitive	3
4.Estetica mărfurilor: elementele estetice produselor, estetica în domeniul bunurilor, designul	Expozitive	3
5.Calitatea mărfurilor alimentare: aspecte tehnice și economice, corelația calitate preț, încocuitatea produselor alimentare, testarea calității produselor alimentare, securitatea și siguranța alimentară, HACCP instrument al siguranței produselor alimentare, trasabilitatea produselor alimentare	Conversative	3
6.Calitatea mărfurilor de îngrijire și curățenie	Conversative	3
7.Calitatea și sortimentul mărfurilor din sticlă	Expozitive	3
8.Reguli de bază în îmbunătățirea calității serviciilor	Expozitive	3
9.Calitatea mărfurilor textile	Expozitive	3
10.Produsele ecologice, produsele tradiționale și alte scheme de calitate	Conversative	3

Bibliografie obligatorie:

- | |
|---|
| 1. Blaga, Lucian, Fundamentarea Stiintei marfurilor, suport curs online 2020 |
| 2. Diaconescu I., Ardelean D., Diaconescu M. – Merceologie Alimentară. Calitate și siguranță – Ed. Universitară, București, 2007 |
| 3. Diaconescu I., Păunescu C. – Analiza senzorială în societățile comerciale, Ed. Uranus, București, 2003 |
| 4. Dinu Vasile – Protecția consumatorilor, Ed. ASE, București, 2011 |
| 5. Dominica M.D. – Fundamentarea științei mărfurilor, Ed. Alma Mater, Sibiu, 2011 |
| 6. Hecht A. – How to Make Money with Commodities, Ed. McGraw-Hill Professional, 2015 |
| 7. Pascu E., Păräian E., Stanciu I. – Fundamentele științei mărfurilor – manual de studiu individual, Ed. Universitară, București, 2012 |
| 8. Păräian E., Pascu E. – Designul și estetica mărfurilor, Ed. Universitară, București, 2010 |
| 9. Procopie Roxana – Bazele merceologiei, www.ase.ro |

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

Conținutul disciplinei – Fundamentarea Științei Mărfurilor vine în întâmpinarea nevoilor studenților legate de cunoștințele necesare în ceea ce privește proprietățile generale ale

produselor alimentare și nealimentare, standardizarea produselor și serviciilor, principalele caracteristici de calitate ale unor grupe de mărfuri alimentare și nealimentare, modul de evaluare și determinare a acestora. Activitățile implicate de curs se concretizează în demersuri care pun accent pe cunoașterea noțiunilor de calitologie și calimetrie, pentru ca apoi să se facă trecerea la analiza celor mai importante grupe de mărfuri industriale și a caracteristicilor de calitate ale acestora.

Disciplina are un pronunțat caracter pragmatic, contribuind la formarea specialiștilor din sectorul comerțului, turismului și serviciilor în general.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs (Examen)	răspunsuri la examen	test grilă	60%
10.5. Seminar/laborator	elaborarea de referate/eseuri (3 teme). participarea activă la orele de seminar, sesiuni științifice studențești	notarea referatului / eseului, testului intermediar, întrebări - argumentări ale unor păreri susținute la seminarii	40%
10.6. Standard minim de performanță: rezolvarea corectă a 50% din întrebările testului grilă și prezentarea a două referate/eseuri			

Data completării: Semnătura titularului de curs
25.09.2020 Blaga L.

Semnătura titularului de seminar
Blaga L.

Data avizării în catedră:
28.09.2020

Semnătura directorului de departament

FIŞA DISCIPLINEI¹
EDUCAȚIE FIZICĂ ȘI SPORT

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Aurel Vlaicu Arad
1.2 Facultatea	Științe Economice
1.3 Departamentul	Discipline economice
1.4 Domeniul de studii	Economia comerțului, turismului și serviciilor
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	EDUCAȚIE FIZICĂ ȘI SPORT
2.2 Titularul activității de curs	-
2.3 Titularul activității de seminar/laborator	Lect. univ. dr. Herlo Julien Narcis
2.4 Anul de studiu	II
2.5 Semestrul	I
2.6 Tipul de evaluare	Colocviu
2.7 Regimul disciplinei	Disciplină obligatorie și fundamentală
2.8 Codul disciplinei	-

3. Timpul total estimat

3.1 Număr de ore pe săptămână	1	din care 3.2 curs	-	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	14	din care 3.5 curs	-	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					
Tutoriat					
Examinări					
Alte activități...					
3.7 Total ore studiu individual					
3.8 Total ore din planul de învățământ (3.4) + Total ore studiu individual (3.7)					
3.9 Total ore pe semestrul					
3.10 Numărul de credite					

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	-
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Teren de sport, sală de sport dotată cu aparatură și materiale specifice activității

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Proiectarea modulară (Educație fizică și sportivă, Sport și performanță motrică, Kinetoterapie și motricitate specială) și planificarea conținuturilor de bază ale domeniului cu orientare interdisciplinară
-------------------------	--

¹ Cf. M.Of. al României, Partea I, Nr.800 bis/13.XII.2011, Ordinul ministrului nr. 5703 din 18 oct. 2011

	<ul style="list-style-type: none"> Organizarea curriculumului integrat și a mediului de instruire și învățare, cu accent interdisciplinar (Educație fizică și sportivă, Sport și performanță motrică, Kinetoterapie și motricitate specială) Evaluarea creșterii și dezvoltării fizice și a calității motricității potrivit cerințelor obiectivelor specifice educației fizice și sportive, a atitudinii față de practicarea independentă a exercițiului fizic Descrierea și demonstrarea sistemelor operaționale specifice Educației fizice și sportive, pe grupe de vârstă Evaluarea nivelului de pregătire a practicanților activităților de educație fizică și sport Utilizarea elementelor de management și marketing specifice domeniului
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> Organizarea de activități de educație fizică și sportive pentru persoane de diferite vârste și niveluri de pregătire în condiții de asistență calificată, cu respectarea normelor de etică și deontologie profesională Îndeplinirea în condiții de eficiență și eficacitate a sarcinilor de lucru pentru organizarea și desfășurarea activităților sportive Operarea cu programe digitale, documentarea și comunicarea într-o limbă de circulație internațională

7. Obiectivele disciplinei (reiesind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> -Mărirea capacitatii de efort fizic și intelectual; -Dezvoltarea armonioasă a organismului; -Optimizarea stării de sănătate; -Prevenirea instalației deficiențelor fizice globale și segmentare, formarea și menținerea atitudinilor corecte ale corpului;
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> -Îmbunătățirea calităților motrice de bază (forță, viteză, rezistență, îndemânare); -Însușirea și consolidarea unor elemente și procedee tehnice de bază din atletism, gimnastică, jocuri sportive și sporturi aplicative și aplicarea lor în condiții de concurs sau joc bilateral; -Învățarea unor noțiuni de bază din regulamentele unor jocuri sportive (volei, baschet, fotbal) de organizare și desfășurare a diferitelor competiții; -Stimularea interesului studenților pentru practicarea sistematică și independentă a exercițiului fizic în mod individual și colectiv zilnic sau săptămânal; -Crearea obișnuinței de respectare a normelor de igienă sportivă și de prevenire a accidentelor; -Dezvoltarea capacitatii de autoapărare și autodepășire.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Atletism: elemente din școala alergării și săriturii.	<ul style="list-style-type: none"> • Expuneri; • Demonstrații; • Demonstrații intuitive; • Explicații însoțite de demonstrații. 	3 ore
2. Fitness/Jogging	idem	2 ore
3. Elemente de gimnastică: exerciții de front și formații	idem	2 ore
4. Tenis de masă	idem	2 ore
5. Jocuri sportive: baschet, fotbal, volei	idem	3 ore
6. Combat/autoapărare	idem	2 ore
Bibliografie		
1. BUSHMAN, B., 2011, <i>Complete guide to fitness & health</i> , Human Kinetics, Champaign, IL;		

- 2. CORBIN, B. C., RUTH, L.,** 2007, *Fitness for life*, Human Kinetics, Champaign, IL;
- 3. DRAGNEA, A., BOTA, A.,** 1999, *Teoria activităților motrice*, Editura Didactică și Pedagogică, București;
- 4. IONESCU, A., MAZILU, V.,** 1971, *Exercițiul fizic în slujba sănătății*, Editura Stadion, București;
- 5. SCARLAT, E., SCARLAT, M. B.,** 2011, *Tratat de educatie fizica*, Editura Didactică și Pedagogică, București;
- 6. ULMEANU, I.,** 1966, *Noțiuni de fiziologie cu aplicații la exercițiile fizice*, Editura UCFS, București.

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

Prin conținuturile sale, disciplina are un pronunțat caracter pragmatic, contribuind la formarea specialiștilor în domeniul specializării prin următoarele: dezvoltarea armonioasă a organismului; optimizarea stării de sănătate; optimizarea stării de sănătate; prevenirea instalării deficiențelor fizice globale și segmentare, formarea și menținerea atitudinilor corecte ale corpului; stimularea interesului studenților pentru practicarea sistematică și independentă a exercițiului fizic în mod individual și colectiv zilnic sau săptămânal; crearea obișnuinței de respectare a normelor de igienă sportivă și de prevenire a accidentelor; dezvoltarea capacitatei de autoapărare și autodepașire.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	-	-	-
10.5 Seminar/laborator	<ul style="list-style-type: none"> • Participare activă la ore; • Dispoziție la efort fizic și intelectual; • Echipament adecvat; • Atitudine corespunzătoare pentru lucru în echipă. 	<ul style="list-style-type: none"> • Executarea exercițiilor ca număr și corectitudine; • Evaluare continuă pe parcursul activității; • Teste pe parcursul semestrului și notarea lor; • Referate pentru cei scuși. 	- 70% - 10% - 10% - 10%
10.6 Standard minim de performanță			
1. Ridicări de trunchi din culcat dorsal – nr. repetări în 30 sec. 2. Genuflexiuni - nr. repetări în 30 sec. 3. Flotări – 15 rep/F; 25 rep/B			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

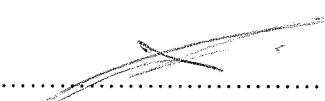
25.09.2020



Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

28.09.2020



FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea "Aurel Vlaicu" Arad		
Facultatea	Facultatea de Științe Economice		
Departamentul	Departamentul de discipline economice		
Domeniul de studii	Administrarea afacerilor		
Ciclul de studii	Licență		
Programul de studii/calificarea	Zi/Economia comerțului, turismului și serviciilor		

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Limbă străină (engleză)		
Titularul activităților de curs			
Titularul activităților de seminar	Lect.dr. Stoia Simona		
Anul de studiu	II	Semestrul	I
Regimul disciplinei	Categoria formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară		
	Categoria de optionalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - optională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)		
			DS
			DO

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

I a) Număr de ore pe săptămână	2	Curs	Seminar	2	Laborator		Proiect	
I b) Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	28	Curs	Seminar	28	Laborator		Proiect	

II Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
II a) Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	10
II b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	5
II c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	18
II d) Tutoriat	10
III Examinări	2
IV Alte activități (precizați):	2

Total ore studiu individual II (a+b+c+d)	47
Total ore pe semestru (Ib+II+III+IV)	75
Numărul de credite	3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	Cunoștințe anterioare de limbă engleză
Competențe	capacitatea de comunicare fluentă B2

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	
Desfășurare aplicații	Seminar
	Laborator
	Proiect

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii C3.2 Explicarea și interpretarea fenomenelor și proceselor economice specific managementului pe baza conceptelor privind cererea și oferta de servicii și a comportamentului consumatorilor C3.3 Rezolvarea de probleme simple, bine definite, asociate vânzării produselor, prin consilierea clientului în luarea deciziei de cumpărare
-------------------------	---

	C3.5 Consiliera și asistența prin elaborarea de proiecte profesionale care raspund problemelor concrete ale clienților
Competențe transversale	CT.2 Relaționarea în echipă; comunicarea interpersonală și asumarea de roluri specifice. CT.3 Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare prin propria dezvoltare

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

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

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Bibliografie			
•			
Bibliografie minimală			
•			

Aplicații (Seminar / laborator / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
General Knowledge of Formal Letters	2	Dialog interactiv	
Enquiries and Their Replies	5	Dialog interactiv	
Orders	5	Dialog interactiv	
Invoicing	5	Dialog interactiv	
Payments	5	Dialog interactiv	
Complaints	6	Dialog interactiv	
Bibliografie seminar			
Ahire, M., <i>Engleză comercială- curs practic</i> , Editura CH Beck, 2012,			
Dobrescu, A., <i>Noile tipuri de contracte în relațiile economice internaționale în română și engleză</i> , Editura Niculescu, 2005			
Geffner, A., <i>How to Write Better Business Letters</i> , Barrons Educational Series, 2007			
MacKenzie, I., <i>English for Business Studies. A course for Business Studies and Economics Students</i> , Cambridge University Press, 2010			
Ponta, M., <i>Corespondență comercială în limba engleză</i> , Editura Servo-Sat, 2000			
Bibliografie minimală			
MacKenzie, I., <i>English for Business Studies. A course for Business Studies and Economics Students</i> , Cambridge University Press, 2010			
Ponta, M., <i>Corespondență comercială în limba engleză</i> , Editura Servo-Sat, 2000			

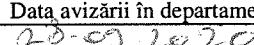
9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemiche, asociațiilor profesionale și angajaților reprezentativi din domeniul aferent programului

Conținuturile disciplinei au fost elaborate în conformitate cu așteptările angajaților, cu un program la nivel național și cu consultarea membrilor de aceeași specialitate din cadrul catedrei și de la catedre similare din alte universități

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs			
Seminar	<ul style="list-style-type: none"> - utilizarea corectă a limbajului de specialitate; -operarea cu noțiuni de bază; - capacitatea analitică și de sinteză; - utilizarea corectă a limbajului de specialitate. 	<ul style="list-style-type: none"> - Testare periodică pe parcursul semestrului (examen parțial) -răspunsuri la colocviu (evaluare finală) 	<ul style="list-style-type: none"> -răspunsuri la evaluarea finală 70% - testare pe parcursul semestrului 30%
Laborator			
Proiect			
Standard minim de performanță			
Redactarea unui document scris la nivel B2 pentru argumentarea unui punct de vedere pe o anumită temă, coerent și corect din punct de vedere lingvistic, adaptat contextului și domeniului de interes ; argumentarea orală fluentă, corect articulată, la nivel minim B2.			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
20.09.2020		

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
	

FIŞA DISCIPLINEI¹

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Aurel Vlaicu” din Arad
1.2 Facultatea	Facultatea de Științe Economice
1.3 Departamentul	Departamentul de Discipline Economice
1.4 Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Marketing direct
2.2 Titularul activității de curs	Lect. univ. dr. Barbu Florentina
2.3 Titularul activității de seminar/laborator	Lect. univ. dr. Barbu Florentina
2.4 Anul de studiu	II
2.5 Semestrul	1
2.6 Tipul de evaluare	Sumativă
2.7 Regimul disciplinei	Obligatorie (optională)

3. Timpul total estimat

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					
Studiul după manual, support de curs, bibliografie și notițe					
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					
Tutoriat					
Examinări					
Alte activități...					
3.7 Total ore studiu individual					
3.8 Total ore din planul de învățământ (3.4) + Total ore studiu individual (3.7)					
3.9 Total ore pe semestru					
3.10 Numărul de credite					

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Calculator/laptop
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	-

¹ Cf. M.Of. al României, Partea I, Nr.800 bis/13.XII.2011, Ordinul ministrului nr. 5703 din 18 oct. 2011

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>La nivel profesional, disciplina contribuie la formarea de specialiști în domeniul Administrarea Afacerilor, în vederea:</p> <p>C2. Comercializării produselor/serviciilor;</p> <p>C2.2 Explicării și interpretării fluxurilor și a tehniciilor de comercializare diferențiat după natura produselor și serviciilor</p> <p>C2.4 Analizei 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. Gestionării relațiilor cu clienții și furnizorii:</p> <p>C3.2 Explicării și interpretării 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 Rezolvării de probleme simple, bine definite, asociate vânzării produselor, inclusiv a celor turistice, prin consilierea clientului în luarea deciziei de cumpărare</p>
Competențe transversale	-

7. Obiectivele disciplinei (reiesind din grila competențelor specifice accumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • dobândirea de cunoștințe și aptitudini în câteva arii ale marketingului direct, esențiale aplicațiilor în management, economie și afaceri; • deprinderea elementelor fundamentale ale marketingului direct; • introducerea studenților în atmosfera unei noi discipline: marketingul direct • dezvoltarea abilităților de colectare, analiză și comunicare
7.2 Obiectivele specifice	<p>În urma parcurgerii disciplinei studentul va fi în măsură să identifice tehniciile de marketing direct, să identifice activitățile care ajută vânzarea produselor sau serviciilor, să elaboreze și să implementeze planul de marketing direct în cadrul unei organizații.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aprofundarea conceptelor și teoriilor specifice marketingului direct - Cunoașterea conceptului de comunicare directă în contextul comunicației de marketing a organizației - Cunoașterea aprofundată a mixului de marketing direct - Identificarea elementelor definitorii în vederea schițării unui plan de marketing direct - Identificarea etapelor și a mecanismelor de implementare a unui plan de marketing direct

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Cap.I. Conceptul de marketing direct	Prezentare orală, multimedia	4 ore
Cap. II. Managementul marketingului direct	Prezentare orală, multimedia	8 ore
<ul style="list-style-type: none"> • Integrarea marketingului direct în cadrul organizației; • Strategiile de marketing direct pe care le elaborează și le implementează organizația; • Elaborarea planului de marketing direct, elementele de coordonare, control și evaluare ale planului. 		
Cap. III. Mixul de marketing direct <ul style="list-style-type: none"> • baza de date, 	Prezentare orală, multimedia	10 ore

<ul style="list-style-type: none"> • oferta, • comunicarea • și logistica. 		
IV. Tehnicile și instrumentele marketingului direct	Prezentare orală, multimedia	6 ore

Bibliografie

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

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Cap.I. Conceptul de marketing direct	Prezentare orală,	4 ore
Cap. II. Managementul marketingului direct	Prezentare orală, exemplificare,	8 ore
<ul style="list-style-type: none"> • Integrarea marketingului direct în cadrul organizației; • Strategiile de marketing direct pe care le elaborează și le implementează organizația; • Elaborarea planului de marketing direct, elementele de coordonare, control și evaluare ale planului. 		
Cap. III. Mixul de marketing direct <ul style="list-style-type: none"> • baza de date, • oferta, • comunicarea • și logistica. 	Prezentare orală, exemplificare	10 ore
IV. Tehnicile și instrumentele marketingului direct	Prezentare orală, exemplificare	6 ore

Bibliografie

1. Barbu F. , Marketing direct -Note de curs în format electronic pe platforma core.uav.ro,
2. Bob Stone, Ron Jacobs - *Metode de succes în marketingul direct*, Editura Arc, ediția a VII-a, 2004.
3. Cătoiu Iacob(coordonator), Cercetari de marketing – tratat, Editura Uranus, București, ISBN: 978-973-7765-70-3, 2009
4. Yvon le Men, Marc Bruzeau - *Marketing direct*, Editura Teora, București, 2004.

5. Kotler Philip, Keller Kevin - „Managementul marketingului”, Ediția a V - a, Editura Teora, 2008.
6. Szentesi S., Săbău Florentina, Cercetări de marketing în comerț, turism și servicii, Ed. Universității Aurel Vlaicu, 2009.
7. Young Ae Kim, Hee Seok Song, Soung Hie Kim (2009) A new marketing strategy map for direct marketing, Knowledge-Based Systems 22 (2009) 327–335
8. Lucía Argüelles, Isabelle Anguelovski, Filka Sekulova(2018), How to survive: Artificial quality food schemes and new forms of rule for farmers in direct marketing strategies, Journal of Rural Studies 62 (2018) 10–20
9. Adriana Csikósová, Mária Antošová, Katarína Čulková (2014) Strategy in Direct and Interactive Marketing and Integrated Marketing Communications, Procedia - Social and Behavioral Sciences 116 1615 – 1619
10. Thomas Martin Key, Andrew J. Czaplewski(2017) Upstream social marketing strategy: An integrated marketing communications approach, Business Horizons 60, 325—333

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

Pentru schițarea 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 și cu reprezentanții mediului de afaceri.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none"> • aplicarea logică corectă și coerentă a noțiunilor însușite; • explicarea logică și corectă a rezultatelor obținute 	Examen final oral.	50%
10.5 Seminar /laborator	<ul style="list-style-type: none"> • capacitatea de a aplica în practică noțiunile însușite • aplicarea logică corectă și coerentă a noțiunilor însușite; • explicarea logică și corectă a rezultatelor obținute 	Evaluare eseu/proiect	50%
10.6 Standard minim de performanță			

Cunoașterea contextului de utilizare a teoriei și practicilor specifice marketingului direct.

Folosirea adecvată a termenilor specifici marketingului direct.

Data completării
25.09.2020

Semnătura titularului de curs
Lect. univ. dr. Barbu Florentina

Semnătura titularului de seminar
Lect. univ. dr. Barbu Florentina

Data avizării în departament
28.09.2020

Semnătura directorului de departament
Conf.univ.dr. Almasi Robert

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Aurel Vlaicu” Arad				
1.2 Facultatea	Facultatea de Științe Economice				
1.3 Departamentul	Discipline economice				
1.4 Domeniul de studii	Administrarea afacerilor				
1.5 Ciclul de studii	Licență				
1.6 Programul de studiu / Calificarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor				

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Economia intreprinderii				
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Rusu Sergiu				
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Rusu Sergiu				
2.4 Anul de studiu	2	2.5 Semestrul	2	2.6. Tipul de evaluare	E
2.8 Codul disciplinei	EICD4O09				

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	Din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	Din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					10
Examinări					4
Alte activități:					
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 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> • Microeconomie, macroeconomie
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> •

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> •
5.2 De desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> •

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • C1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii • C1.1 Definirea adecvată a conceptelor și principiilor specifice teoriei economice, precum și a celor din domeniul comerțului, turismului și serviciilor • C1.2 Explicarea și interpretarea de date și informații din punct de vedere cantitativ și calitativ, pentru formularea de argumente și decizii concrete asociate comerțului, turismului și serviciilor • C1.3 Rezolvarea problemelor în contexte bine definite asociate: conceperii, planificării și executării de activități în cadrul firmelor de comerț, turism și servicii • C2. Comercializarea produselor/serviciilor • C2.1 Descrierea modalităților de concepere a produsului turistic, a tehnicilor de comercializare și a comportamentului agenților economici în contextul creat de legislația și regulamentele aferente în vigoare. • C2.2 Explicarea și interpretarea fluxurilor și a tehnicilor de comercializare diferențiat după natura produselor și serviciilor • C2.3 Aplicarea unor modele și instrumente de organizare a spațiilor de vânzare și depozitare
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor etice 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 (reiese din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Însușirea de către studenți a conceptului de întreprindere și importanța acestuia în economie. Predarea se va face la un nivel accesibil studenților, se va păstra un nivel științific
---------------------------------------	--

	<p>adecvat în procesul de predare și verificare a cunoștințelor, se vor da aplicații sugestive și exemple de lucru concrete.</p>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Asigură studenților deprinderi și cunoștințe pe baza raționamentelor logice, pentru înțelegerea conceptului de întreprindere. Înțelegerea noțiunii de „întreprindere”, rolul întreprinderii în cadrul economiei, cunoașterea principalelor componente ale mediului ambiant al întreprinderii, precum și relațiile care se stabilesc cu acesta, abordarea sistemică a întreprinderii, identificarea funcțiilor întreprinderii, proiectarea sau reproiectarea structurii organizatorice a întreprinderii, definirea procesului de producție și prezentarea metodelor de organizare a producției, elaborarea strategiilor economice ale întreprinderii.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Elemente introductive privind economia întreprinderii. Conceptul de „întreprindere”. Întreprinderea - agent economic și obiect al managementului. Tipologia întreprinderilor	Prelegere, prezentare videoproiector	4 ore
2. Implicarea factorilor de mediu în activitatea întreprinderii moderne. Considerații generale privind relația întreprindere-mediu ambiant. Componentele mediului ambiant al întreprinderii	Prelegere, prezentare videoproiector	4 ore
3. Abordarea sistemică a întreprinderii. Întreprinderea – sistem organizat; Întreprinderea – sistem condus; Întreprinderea – sistem deschis; Întreprinderea – sistem cu finalitate	Prelegere, prezentare videoproiector	4 ore
4. Organizarea procesuală și structurală a întreprinderii; Organizarea procesuală a întreprinderii. Efectele organizării procesuale (funcțiunea, activitatea, atribuția, sarcina); Organizarea structurală a întreprinderii. Componentele structurii organizatorice (postul, funcția, compartimentul de muncă, nivelul ierarhic, ponderea ierarhică, relațiile organizatorice)	Prelegere, prezentare videoproiector	4 ore
5. Proiectarea structurii organizatorice a întreprinderii. Principiile proiectării structurii organizatorice.	Prelegere, prezentare videoproiector	2 ore
6. Funcțiile managementului și funcțiunile întreprinderii	Prelegere, prezentare videoproiector	4 ore
7. Procesul de producție și organizarea acestuia. Tipuri de producție, criterii de clasificare. Caracteristici	Prelegere, prezentare videoproiector	4 ore
8. Strategii economice ale întreprinderii. Tipologia strategiilor economice. Elaborarea strategiilor economice	Prelegere, prezentare videoproiector	2 ore

Bibliografie

1. Bărbulescu C., Gavrilă T., (coord.), *Economia și gestiunea întreprinderii*, ediția a doua, Editura Economică, București, 1999
2. Balaam D., Veseth M., *Introduction to International Political Economy*, 3rd Edition, Pearson Prentice Hall, 2005
3. Begg D., Ward D., *Economics for Business*, 2nd Edition, McGraw-Hill Education, 2007
4. Constantinescu D., Nistorescu T., Tumbăr C., Meghișan Gh., *Economia întreprinderii*, Editura Economică, București, 2000
5. Gillespie A., *Business Economics*, Oxford University Press, 2010
6. Hapenciu V., *Economia întreprinderii*, Editura Sedcom Libris, Iași, 2008
7. Lile R., Bălan L., *Bazele economiei întreprinderii*, Editura Universității "Aurel Vlaicu" din Arad, 2008;
8. Nicolescu O., *Management*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1992
9. Olaru D.S., Soare C.R., *Economia și gestiunea întreprinderii*, Editura Lumina Lex, București, 2002
10. Rusu S., *Bazele economiei întreprinderii*, Editura Universității "Aurel Vlaicu" din Arad, 2014
11. Rusu S., *Economia întreprinderii - Curs platformă online*
12. Rusu S., *Antreprenoriat în turism și industria ospitalității*, Editura CH Beck, București, 2014
13. Samochiș B., Purdea D., (coord.), *Economia întreprinderii*, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2007
14. Vrânceanu R., Guyot M., *Bazele microeconomiei întreprinderii*, Editura Polirom, București, 2004

8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
1. Planul - instrument de concretizare și realizare a strategiei economice	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	5 ore
2. Planul de afaceri. Definire și importanță. Funcțiile și rolul planului de afaceri. Prezentarea planului de afaceri. Conceperea și elaborarea unui plan de afaceri. Analiza viabilității ideii de afaceri. Structura și elaborarea propriu-zisă a planului de afaceri	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	6 ore
3. Nevoile și sursele de finanțare ale întreprinderii. Modalitățile de dezvoltare ale întreprinderii	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	5 ore

4. Organizarea procesuală și structurală a întreprinderii. Procesele economice ale întreprinderii. Optimizarea proceselor economice. Analiza PEST și SWOT	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	6 ore
5. Internaționalizarea și firmele multinaționale	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	6 ore
Bibliografie		
1. Bărbulescu C, Gavrilă T., (coord.), Economia și gestiunea întreprinderii, ediția a doua, Editura Economică, București, 1999 2. Lile R., Bălan L., Bazele economiei întreprinderii, Editura Universității "Aurel Vlaicu" din Arad, 2008; 3. Rusu S., Bazele economiei întreprinderii, Editura Universității "Aurel Vlaicu" din Arad, 2014 4. Rusu S., Economia întreprinderii - Curs platformă online 5. Samochiș B., Purdea D., (coord.), Economia întreprinderii, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2007 6. Vrânceanu R., Guyot M., Bazele microeconomiei întreprinderii, Editura Polirom, București, 2004		

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

- Prin conținuturile sale, disciplina contribuie la formarea specialiștilor.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoașterea terminologiei specifice, capacitatea de utilizare a noțiunilor specifice	Examen online	50%
10.5 Seminar/laborator	Promptitudine în realizarea activităților Participarea activă la	Portofoliu - Susținerea de către student a proiectului	50%

	seminarii Capacitatea de a utiliza cunștințele acumulate Realizarea proiectului aferent disciplinei		
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • Obținerea cel puțin a notei 5(cinci) la examinarea finală 			

Data completării

10.09.2020

Semnătura titularului de curs

Lect. univ. dr. Rusu Sergiu

Semnătura titularului de seminar



Data avizării în departament

25.09.2020

Semnătura directorului de departament

Conf. univ. dr. Almasi Robert Cristian



FIŞA DISCIPLINEI¹

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Aurel Vlaicu” din Arad
1.2 Facultatea	Facultatea de Științe Economice
1.3 Departamentul	Departamentul de Discipline Economice
1.4 Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Marketingul serviciilor
2.2 Titularul activității de curs	Lect. univ. dr. Barbu Florentina
2.3 Titularul activității de seminar/laborator	Lect. univ. dr. Barbu Florentina
2.4 Anul de studiu	II
2.5 Semestrul	2
2.6 Tipul de evaluare	Sumativă
2.7 Regimul disciplinei	Obligatorie/Specialitate

3. Timpul total estimat

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					
Studiul după manual, support de curs, bibliografie și notițe					
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					
Tutoriat					
Examinări					
Alte activități...					
3.7 Total ore studiu individual					
3.8 Total ore din planul de învățământ (3.4) + Total ore studiu individual (3.7)					
3.9 Total ore pe semestru					
3.10 Numărul de credite					

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Bazele marketingului,
4.2 de competențe	Cunoașterea și utilizarea principalelor noțiuni specifice marketingului

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Calculator/laptop
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Calculator/laptop

¹ Cf. M.Of. al României, Partea I, Nr.800 bis/13.XII.2011, Ordinul ministrului nr. 5703 din 18 oct. 2011

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>La nivel profesional, disciplina contribuie la formarea de specialiști în domeniul Administrarea Afacerilor, în vederea:</p> <p>C2. Comercializării produselor/serviciilor;</p> <p>C2.2 Explicării și interpretării fluxurilor și a tehniciilor de comercializare diferențiat după natura produselor și serviciilor</p> <p>C2.4 Analizei 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. Gestionării relațiilor cu clienții și furnizorii:</p> <p>C3.1 Definirii 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 Explicările și interpretările fenomenelor și proceselor economice specifice comerțului, turismului și serviciilor pe baza conceptelor privind cererea și oferta de servicii și a comportamentului consumatorilor</p>
Competențe transversale	-

7. Obiectivele disciplinei (reiese din grila competențelor specifice accumulate)

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

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Conținutul conceptului de marketing în servicii	Prezentare orală, multimedia	2 ore
2. Mediul de marketing al firmei de servicii	Prezentare orală, multimedia	4 ore
3. Piața firmei de servicii	Prezentare orală, multimedia	4 ore
4. Comportamentul consumatorului de servicii	Prezentare orală, multimedia	2 ore
5. Politica de marketing în domeniul serviciilor	Prezentare orală, multimedia	2 ore
6. Politica de produs	Prezentare orală, multimedia	2 ore
7. Politica de preț	Prezentare orală, multimedia	2 ore
8. Politica de distribuție	Prezentare orală, multimedia	2 ore
9. Politica promovațională în domeniul serviciilor	Prezentare orală, multimedia	4 ore
10. Politica de personal, dovezile fizice	Prezentare orală, multimedia	4 ore

Bibliografie

- Barbu F., Marketingul serviciilor - 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
- Cătoiu Iacob (coordonator), Cercetari de marketing – tratat, Editura Uranus, București, ISBN: 978-973-7765-70-3, 2009
- Kotler, Ph., Marketing Management with My Marketing Lab :Global Edition, Editura Pearson Education Limited , ISBN: 9780273755029, 2012
- Kotler , Ph. Armstrong, G. Saunders, J. Wong, V., Prinzipien des Marketing, Ed. European, Editura Teora, București, 1998.
- Homburg Christian, Harley Krohmer, Marketing-management, Ed.Gabler Wiesbaden 2003
- Olteanu Valerica, Marketingul serviciilor – editie revizuita, Editura Ecomar, Bucuresti, 2006
- Szentesi S., Săbău Florentina, Cercetări de marketing în comerț, turism și servicii, Ed. Universității Aurel Vlaicu, 2009.

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Conținutul conceptului de marketing în servicii	Prezentare orală, multimedia	2 ore
2. Mediul de marketing al firmei de servicii	Prezentare orală, multimedia	4 ore
3. Piața firmei de servicii	Prezentare orală, multimedia	4 ore
4. Comportamentul consumatorului de servicii	Prezentare orală, multimedia	2 ore
5. Politica de marketing în domeniul serviciilor	Prezentare orală, multimedia	2 ore
6. Politica de produs	Prezentare orală, multimedia	2 ore
7. Politica de preț	Prezentare orală, multimedia	2 ore
8. Politica de distribuție	Prezentare orală, multimedia	2 ore
9. Politica promovațională în domeniul serviciilor	Prezentare orală, multimedia	4 ore
10. Politica de personal, dovezile fizice	Prezentare orală, multimedia	4 ore

Bibliografie

- Barbu F. , Marketingul serviciilor -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, disponibila pe cd
- Cătoiu Iacob(coordonator), Cercetari de marketing – tratat, Editura Uranus, București, ISBN: 978-973-7765-70-3, 2009
- Kotler, Ph., Marketing Management with My Marketing Lab :Global Edition, Editura Pearson Education Limited , ISBN: 9780273755029, 2012
- Homburg Christian, Harley Krohmer, Marketing-management, Ed.Gabler Wiesbaden 2003
- Szentesi S., Săbău Florentina, Cercetări de marketing în comerț, turism și servicii, Ed. Universității Aurel Vlaicu, 2009.

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

Pentru schițarea conținuturilor și alegerea metodelor de predare/invățare, titularii de disciplină au organizat sau participat la întâlniri cu cadre didactice din domeniu, titulare în alte instituții de învățământ superior, și cu reprezentanții mediului de afaceri.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	• aplicarea logică corectă și coerentă a noțiunilor însușite; • explicarea logică și corectă a rezultatelor	Examen final scris.	50%

	obținute		
10.5 Seminar /laborator	<ul style="list-style-type: none"> • capacitatea de a aplica în practică noțiunile însușite • aplicarea logică corectă și coerentă a noțiunilor însușite; • explicarea logică și corectă a rezultatelor obținute 	Examen final scris.	50%
10.6 Standard minim de performanță			Cunoașterea și înțelegerea contextului de utilizare a teoriilor, principiilor marketingului serviciilor și elaborarea politicilor de marketing în servicii adecvate organizației. Folosirea adecvată a termenilor specifici marketingului serviciilor în cadrul organizațiilor și dobândirea capacității de adaptare a activităților specifice marketingului serviciilor din cadrul organizațiilor la necesitățile existente pe piață.

Data completării
25.09.2020

Semnătura titularului de curs
Lect. univ. dr. Barbu Florentina

Semnătura titularului de seminar
Lect. univ. dr. Barbu Florentina

Data avizării în departament
28.09.2020

Semnătura directorului de departament
Conf.univ.dr. Almasi Robert

FIŞA DISCIPLINEI¹

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Aurel Vlaicu” din Arad
1.2 Facultatea	Facultatea de Științe Economice
1.3 Departamentul	Departamentul Discipline Economice
1.4 Domeniul de studii	Administrarea afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comportamentul consumatorului
2.2 Titularul activității de curs	Conf. univ. dr. Isac Florin Lucian
2.3 Titularul activității de seminar/laborator	Conf. univ. dr. Isac Florin Lucian
2.4 Anul de studiu	II
2.5 Semestrul	2
2.6 Tipul de evaluare	Examen
2.7 Regimul disciplinei	Obligatorie (Impusă)
2.8. Codul disciplinei	EICD4011

3. Timpul total estimat

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					4
Examinări					8
Alte activități...					12
3.7 Total ore studiu individual					94
3.8. Total ore din planul de învățământ (3.4.) + Total ore studiu individual(3.7.)					150
3.9 Total ore pe semestru					150
3.10 Numărul de credite					6

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Marketing
4.2 de competențe	Cunoașterea și utilizarea conceptelor de bază din sfera marketingului

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Studenții nu se vor prezenta la cursuri cu telefoanele
-------------------------------	--

¹ Cf. M. Of. al României, Partea I, Nr. 800 bis/13.XII.2011, Ordinul ministrului nr. 5703 din 18 oct. 2011

		mobile deschise, nefiind tolerate con vorbirile telefonice în timpul desfășurării activităților didactice. Nu se acceptă întârzieri la curs
5.2 de desfășurare seminarului/laboratorului	a	Termenul de predare a studiilor de caz/lucrării de seminar se stabilește de comun acord de către titular și student. Întârzierile în predare se acceptă doar pentru motive bine întemeiate

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii</p> <p>C1.1 Definirea adecvată a conceptelor și principiilor specifice teoriei economice, precum și a celor din domeniul comerțului, turismului și serviciilor</p> <p>C1.4 Culegerea și prelucrarea de date din surse documentare alternative și din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor care influențează realizarea prestațiilor în organizațiile din comerț, turism și servicii</p> <p>C3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii</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>
Competențe transversale	-

7. Obiectivele disciplinei (reiesind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul fundamental este însușirea de către studenți a noțiunilor teoretice și dobândirea de abilități practice legate de cercetarea comportamentului consumatorilor individuali și organizaționali.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> ◊ Aprofundarea rolului și importanței studiului comportamentului consumatorului pentru activitatea managerială ◊ Fundamentarea de studii cantitative și calitative pentru investigarea comportamentului consumatorului ◊ Elaborarea și implementarea strategiei de marketing pe baza studiului comportamentului consumatorului

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
I. Noțiunea, conținutul și dimensiunile comportamentului consumatorului 1.1. Ce este comportamentul consumatorului? 1.2. Evoluția conceptului de comportament al consumatorului 1.3. Comportamentul consumatorului: știință interdisciplinară 1.4. Principii fundamentale în investigarea comportamentului consumatorului	Discuția, Conversația, Instruirea directă	2 ore
II. Procese psihologice elementare în explicarea comportamentului consumatorului 2.1. Percepția consumatorului 2.2. Învățarea consumatorului 2.3. Memorizarea și organizarea cunoștințelor 2.4. Implicarea consumatorului	Discuția, Conversația, Instruirea directă	4 ore
III. Diferențe individuale și comportamentul consumatorului 3.1. Factori demografici, psihografici și de personalitate 3.2. Motivația consumatorului 3.3. Intențiile, atitudinile, credințele și sentimentele consumatorului 3.4. Cunoștințele consumatorului	Discuția, Conversația, Instruirea directă	6 ore
IV. Influențele mediului(exogene) asupra comportamentului consumatorului 4.1. Cultura 4.2. Clasa socială 4.3. Influența familiei și gospodăriei asupra comportamentului consumatorului 4.4. Grupurile de referință și influențele interpersonale 4.5. Factorii situaționali (de contingencă)	Discuția, Conversația, Instruirea directă	6 ore
V. Procesul decizional al consumatorului 5.1. Etapele procesului decizional 5.2. Tipuri de comportamente de cumpărare	Discuția, Conversația, Instruirea directă	4 ore
VI.Comportamentul consumatorului organizațional 6.1.Piețele organizaționale: tipologie și caracteristici 6.2.. Factori care influențează comportamentul consumatorului organizațional 6.3. Decizii de cumpărare organizațională	Discuția, Conversația, Instruirea directă	4 ore

VII Comportamentul consumatorului de servicii turistice 7.1. Particularități ale studierii comportamentului turiștilor 7.2. Motivația turiștilor 7.3. Procesul deciziei de cumpărare în cazul produselor turistice	Discuția, Conversația, Instruirea directă	2 ore
---	---	-------

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
I. Metode și tehnici de investigare cantitativă a comportamentului consumatorului - ancheta pe bază de chestionar	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	6 ore
II. Tehnici de cercetare calitativă a comportamentului consumatorului	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	4 ore
III Studii de caz pentru aprofundarea proceselor fundamentale în comportamentul consumatorului (percepție, învățare, atitudini, motivație, personalitate, cultură).	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	10 ore
IV. Cercetarea proceselor postcumpărare-satisfacția și loialitatea consumatorului	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	4 ore
V. Studii privind comportamentul consumatorului de servicii turistice	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	4 ore

Bibliografie (curs+seminar)

1. **Blackwell, R.D, Miniard, P.W, Engel, J.F** – *Consumer Behavior, ninth edition*, SouthWestern, 2001
2. **Blythe, J** – *Comportamentul consumatorului. Strategii și tactici. Atragerea clientelei. Reacția consumatorului*, Ed. Teora, București, 1998
3. **Cătoiu I., Teodorescu, N** – *Comportamentul consumatorului. Teorie și Practică*, Ed. Economică, București, 1997
4. **Cătoiu I, Teodorescu N.** – *Comportamentul consumatorului – Abordare instrumentală*, Ed. Uranus, București, 2001
5. **Dobre C** – *Comportamentul consumatorului și strategia de comunicare a firmei*, Ed. Solness, Timișoara, 2002
6. **Dobre,C.-Comportamentul consumatorului și practica de marketing**, Ed.Mirton, Timișoara, 2005

7. **Dobre, C., Milovan, A.M.**- *Marketing online și social media*, ed. CH BECK, București, 2019, capitolul 2 Comportamentul consumatorului în mediul online, p.50-66
8. **Horner, S., Swarbrooke, J.**- *Consumer Behaviour in Tourism*, Butterworth-Heinemann, Elsevier Ltd., 2007
9. **Isac, F.L.**-*Comportamentul consumatorului*, Ed. Mirton, Timișoara, 2009.
10. **Isac, F.L.**-*Comportamentul consumatorului.. Suport de curs pentru uzul studenților postat pe platforma SUMS*, 2019
11. **Plăiaș, I.** – *Comportamentul consumatorului*, Ed. Intelcredo, 1997.
12. **Plăiaș, I.** – *Comportamentul consumatorului*- curs universitar, UBB Cluj Napoca, 2010.
13. **Schiffman, G.L., Kanuk, L.L.**- *Consumer Behavior*, Pearson Prentice Hall, New York, 2007
14. **Solomon, M.R.**-*Consumer Behavior. Buying, Having and Being, 13 th edition*, Pearson, 2020
15. **Tecău, Alina Simona**- *Comportamentul consumatorului*, Ed. Universitară, București, 2013.

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

Pentru schițarea 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, cu organismele specializate în asigurarea protecției consumatorilor și cu reprezentanții mediului de afaceri (firme de servicii, comerț, agenții de turism, hoteluri, restaurante)

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoașterea terminologiei specifice, capacitatea de utilizare a noțiunilor specifice	Examen, evaluarea contribuților pe parcursul semestrului	50%
10.5 Seminar/laborator	Însușirea problematicii tratate la curs și la seminar; evaluarea argumentelor proprii sau ale colegilor; capacitatea de a construi propriile argumente pro și contra studiate	Prezentare portofoliu proiect/studii de caz, aprecierea implicării active în problematica discutată, cuantificarea originalității soluțiilor prezentate	50%
10.6 Standard minim de performanță			Obținerea a minim notei 5(cinci) la examinarea finală. Prezentarea portofoliului cu studii de caz/eseuri la termenele stabilite

Data completării
10.09.2020

Semnătura titularului de curs
conf.univ.dr. Isac Florin

Semnătura titularului de seminar
conf.univ.dr. Isac Florin

Data avizării în departament
12.09.2020

Semnătura directorului de departament
Conf. univ.dr. Almași Robert Cristian

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Aurel Vlaicu” din Arad
1.2 Facultatea	Facultatea de Științe Economice
1.3 Departamentul	Departamentul Discipline Economice
1.4 Domeniul de studii	Administrarea afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Administrarea întreprinderilor în comerț, turism și servicii
2.2 Titularul activității de curs	Lect.univ.dr. Rusu Sergiu
2.3 Titularul activității de seminar/laborator	Lect.univ.dr. Rusu Sergiu
2.4 Anul de studiu	II
2.5 Semestrul	2
2.6 Tipul de evaluare	Examen
2.7 Regimul disciplinei	Obligatorie
2.8. Codul disciplinei	EICS4012

3. Timpul total estimat

3.1 Număr de ore pe săptămână	5	din care 3.2 curs	3	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	70	din care 3.5 curs	42	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					4
Examinări					4
Alte activități...					2
3.7 Total ore studiu individual					80
3.8. Total ore din planul de învățământ(3.4.) + Total ore studiu individual(3.7.)					150
3.9 Total ore pe semestru					150
3.10 Numărul de credite					6

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Economia întreprinderii, Management
4.2 de competențe	Cunoașterea și utilizarea conceptelor de bază din sfera managementului firmei

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Studenții nu se vor prezenta la cursuri cu telefoanele mobile deschise, nefiind tolerate con vorbirile telefonice în timpul desfășurării activităților didactice. Nu se
-------------------------------	---

	acceptă întârzieri la curs
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Termenul de predare a studiilor de caz/lucrării de seminar se stabilește de comun acord de către titular și student. Întârzierile în predare se acceptă doar pentru motive bine întemeiate

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C2. Comercializarea produselor/serviciilor</p> <p>C2.1. Descrierea modalităților de concepere a produsului turistic, a tehniciilor 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 tehniciilor de comercializare diferențiat după natura produselor și serviciilor</p> <p>C2.4. Analiza critic-constructivă a relațiilor dintre consumatorii și furnizorii specifici domeniului comerț, turism și servicii</p> <p>C5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii</p> <p>C5.1 Definirea adecvată a conceptelor și principiilor specifice managementului calității aplicat serviciilor</p> <p>C5.3 Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situării specifice asigurării calității în comerț, turism și servicii</p>
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei (reiesind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul fundamental este însușirea de către studenți a noțiunilor teoretice și dobândirea de abilități practice legate de administrarea afacerilor unei firme din domeniul serviciilor, în particular în comerț și turism.
7.2 Obiectivele specifice	<p>În urma parcurgerii disciplinei studentul va fi în măsură să cunoască principalele principii și metode utilizate în administrarea unei firme din comerț, turism și servicii, urmărind:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◊ Definirea adecvată a conceptelor și principiilor specifice administrației unei firme din sectorul serviciilor; ◊ Cunoașterea modalităților de concepere, distribuire și comercializare a produsului turistic; ◊ Identificarea și utilizarea modalităților de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare specifice firmelor din domeniul

	comerțului, turismului și serviciilor;
--	--

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
I. Modele de organizare și conducere a firmei de turism 1.1. Dimensiunea actuală a turismului 1.2. Dimensiunea orizontală a structurii organizatorice din firma de turism 1.3. Dimensiunea verticală a structurii organizatorice din firma de turism 1.4. Yield managementul	Discuția, Conversația, Instruirea directă	6 ore
II. Agenția de turism: definire și tipologie 2.1. Agenția de turism- definire, particularități 2.2. Tipuri de agenții de turism 2.3. Licențierea și brevetarea în turism 2.4. Rețele de agenții de turism	Discuția, Conversația, Instruirea directă	6 ore
III. Structura organizatorică și operațiunile tehnice ale agenților de turism 3.1. Mediul agenției de turism 3.2. Principalele activități ale agenției de turism 3.3. Structura tehnică a unei agenții de turism	Discuția, Conversația, Instruirea directă	6 ore
IV. Managementul activității touroperatorilor 4.1. Diferențierea touroperatorilor de agenții de turism 4.2. Produsele turistice oferite de tourooperatori 4.3. Strategii de activitate a touroperatorilor.	Discuția, Conversația, Instruirea directă	4 ore
V. Managementul activităților de contractare în turism 5.1. Contractul dintre hotelier și intermediarii din turism 5.2. Contractul de hotelarie 5.3. Contractul de reprezentare 5.4. Contractul de time-sharing	Discuția, Conversația, Instruirea directă	8 ore
VI. Elemente de management hotelier 6.1. Managementul serviciului de front-office 6.2.. Managementul activităților de back-office 6.3. Managementul serviciilor de restaurant	Discuția, Conversația, Instruirea directă	8 ore
VII. Administrarea afacerilor comerciale 7.1. Organizarea activităților în întreprinderile comerciale cu amănuntul 7.2. Organizarea activităților în întreprinderile comerciale cu ridicata 7.3. Indicatori ai eficienței firmei de comerț	Discuția, Conversația, Instruirea directă	4 ore

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
------------------------------	--------------------------	-------------------

I. Determinarea principalilor indicatori de performanță a activităților hoteliere și de restaurație-aplicații practice	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	6 ore
II. Aspecte legislative privitoare la licențierea și brevetarea în turism, clasificarea unităților de primire turistică și a celor de alimentație-aplicații practice	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	4 ore
III. Determinarea indicatorilor specifici agenției de turism. Studii de caz și probleme	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	6 ore
IV. Indicatori de gestiune și eficiență a afacerilor din comerț-aplicații practice	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	6 ore
V. Administrarea afacerilor la firma.....(obligatoriu din sectorul servicii-comerț-turism)	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	6 ore

Bibliografie (curs+seminar)

1. Isac,F.L.,Rusu,S. - Administrarea afacerilor în turism, Ed.Mirton, Timișoara, 2009
2. Isac,F.L., Rusu,S. - Management și marketing în turism, Ed. Mirton, Timișoara, 2008.
3. Lupu, N. - Hotelul - Economie și management, ed. a V-a, Ed.All Beck, București, 2005
4. Lupu, N. - Hotelul - Economie și management, ed. a VI-a, Ed. CH BECK, București, 2010
5. Naghi,M.(coordonator) - Managementul unităților din turism și comerț, Ed.George Barițiu, Cluj Napoca
6. Rusu, S. - Economia întreprinderii - Curs platforma online
7. Stănciulescu, G., Micu,C. - Economie și gestiune în turism, Ed.CHBECK, București, 2009
8. Stănciulescu, G., Pantelescu-Marin, A. - Tehnica operațiunilor de turism. Studii de caz și probleme, Ed. ASE, București,2008.
9. Stănciulescu, G. - Managementul agenției de turism, Ediția a doua revăzută și adăugită, Ed. ASE București, 2005
10. Stănciulescu, G. - Managementul agenției de turism, Ed. ASE București, 2013
11. Stănciulescu, G .- Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație , Ed. CH BECK, București, 2013
12. Stănciulescu, G. - Managementul operațiunilor de turism, Ed. ALL BECK, București, 2003
13. Stănciulescu,G. - Managementul operațiunilor în turismul de evenimente, Ed. ASE București, 2010.
14. Stănciulescu, G., State, O. - Tehnica operațiunilor de turism intern și internațional, Ed. CH BECK, București, 2013
15. Vasiliu, C., Dobrea, M. - Managementul operațiunilor de comerț, Ed. ASE, București, 2014

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

Pentru schițarea 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, cu organele administrației publice locale și cu reprezentanții mediului de afaceri (firme de servicii, comerț, agenții de turism, hoteluri, restaurante)

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoașterea terminologiei specifice, capacitatea de utilizare a noțiunilor specifice	Examen online	50%
10.5 Seminar/laborator	Însușirea problematicii tratate la curs și la seminar; evaluarea argumentelor proprii sau ale colegilor; capacitatea de a construi propriile argumente pro și contra studiate	Portofoliu - Susținerea de către student a proiectului	50%
10.6 Standard minim de performanță			
Obținerea cel puțin a notei 5(cinci) la examinarea finală			

Data completării
10.09.2020

Semnătura titularului de curs
lect.univ.dr. Rusu Sergiu

Semnătura titularului de seminar
lect.univ.dr. Rusu Sergiu

Data avizării în departament
12.09.2020

Semnătura directorului de departament
Conf. univ.dr. Almași Robert Cristian

FIŞA DISCIPLINEI¹

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Aurel Vlaicu” Arad
1.2 Facultatea	Facultatea de Științe Economice
1.3 Departamentul	Discipline Economice
1.4 Domeniul de studii	Administrarea afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Practica de specialitate
2.2 Titularul activității de curs	Lect. univ. dr. Rusu Sergiu
2.3 Titularul activității de seminar/laborator	Lect. univ. dr. Rusu Sergiu
2.4 Anul de studiu	Anul II
2.5 Semestrul	Semestrul II
2.6 Tipul de evaluare	Examen oral
2.7 Regimul disciplinei	Obligatorie

3. Timpul total estimat

3.1 Număr de ore pe săptămână	6	din care 3.2 curs	0	3.3 seminar/laborator	6
3.4 Total ore din planul de învățământ	84	din care 3.5 curs	0	3.6 seminar/laborator	84
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					9
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					10
Pregatire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					40
Tutoriat					10
Examinări					6
Alte activități...					
3.7 Total ore studiu individual					75
3.8 Total ore din planul de învățământ (3.4) + Total ore studiu individual (3.7)					75
3.9 Total ore pe semestru					9
3.10 Numărul de credite					3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Economia serviciilor
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	
5.2 de desfășuare a seminarului/laboratorului	

¹ Cf. M. Of. al României, Partea I, Nr. 800 bis/13.XII.2011, Ordinul ministrului nr. 5703 din 18 oct. 2011

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C3. Gestionarea relațiilor cu clientii și furnizorii</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>C5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii</p> <p>C5.1 Definirea adecvată a conceptelor și principiilor specifice managementului calității aplicat serviciilor</p> <p>C5.2 Explicarea și interpretarea unor variante tipuri de concepte, situații și procese asociate sistemelor de asigurare a calității în servicii</p> <p>C5.3 Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situări specifice asigurării calității în comerț, turism și servicii</p>
Competențe transversale	<p>CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor etice 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 relationare și muncă eficientă în cadrul echipei</p>

7. Obiectivele disciplinei (reiesind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Însușirea de către studenți a ideii de studiu practic la o companie/firma de profil. Predarea se va face la un nivel accesibil studenților, se va păstra un nivel științific adecvat în procesul de predare și verificare a cunoștințelor, se vor da aplicații sugestive și exemple de lucru concrete.
7.2 Obiectivele specifice	Asigură studenților deprinderi și cunoștințe pe baza raționamentelor logice.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Descrierea activității de practică de specialitate în administrarea afacerilor	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Brainstorming	

Regulament privind cadrul general de organizare și desfășurare a activităților de practică	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Brainstorming	
Responsabilități cu privire la organizarea și desfășurarea activității de practică	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Brainstorming	
Obiective, sarcini și evaluarea activității de practică de specialitate	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Brainstorming	
Repere privind activitatea de practică de specialitate	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Brainstorming	

Bibliografie

1. Cătoiu I. (coordonator), Cercetări de marketing, Editura Univers, București, 2002
2. Cândea M., Erdeli G., Peptenatu D., Simon T., Potențialul turistic al României, Editura Universitară, București, 2003;
3. Csorba Luiela, Băra Eva, Economia comerțului, Editura Universității Aurel Vlaicu, Arad, 2008;
4. Glăvan V., Turism Rural. Agroturism. Turism durabil. Ecoturism, Editura Economică, București, 2003;
5. Ioncică M., Economia serviciilor. Abordări teoretice și implicații practice, Editura Uranus, București, 2006;
6. Ioncică M. Economia serviciilor, Editura Uranus, București, 2000;
7. Isac F., Rusu S., Management și marketing în turism, Editura Mirton, Timișoara, 2007;
8. Isac F., Rusu S., Administrarea afacerilor în turism, Editura Mirton, Timișoara, 2009;
9. Lile R., Băra E., Bîja M., Tehnologie hotelieră și de restaurant, Editura Universității Aurel Vlaicu, Arad, 2010;
10. Năstase Dan, Logistica mărfurilor, Editura Arvin Press, București, 2009;
11. Rusu S., Antreprenoriat în turism și industria ospitalității, Editura CH Beck, București, 2014;
12. Kotler Philip, Prinzipiile marketingului, Editura Teora, București, 1998;
13. Lile R., Băra E., Bîja M., Tehnologie hotelieră și de restaurant, Editura Universității Aurel Vlaicu, Arad, 2010;
14. Lile R., Bălan L., Economia intreprinderii în afaceri, Editura Universității Aurel Vlaicu, Arad, 2006;
15. Maxim O., Mărfuri alimentare și securitatea consumatorului, Editura Universității Aurel Vlaicu, Arad, 2009;

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

Prin conținuturile sale, disciplina contribuie la formarea specialiștilor respectiv la cunoașterea unității economice și a modului de desfășurare a proceselor de economice specifice serviciilor (financiar-bancare, poștale, de transport, sănătate, învățământ, editoriale, comerciale, etc.) la nivelul firmei.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs			
10.5 Seminar/laborator			
10.6 Standard minim de performanță: Obținerea cel puțin a notei 5(cinci) la examinarea finală Elaborarea portofoliului/caietului de practică și oferirea de răspunsuri corecte la minimum 50% din întrebările adresate oral			

Data completării

10.09.2020

Semnătura coordonatorului de practică

Lect. univ. dr. Rusu Sergiu

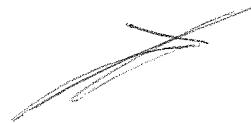


Data avizării în departament

12.09.2020

Semnătura directorului de departament

Conf. univ. dr. Almasi Robert



FIŞA DISCIPLINEI²
EDUCATIE FIZICĂ ȘI SPORT

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Aurel Vlaicu Arad
1.2 Facultatea	Științe Economice
1.3 Departamentul	Discipline economice
1.4 Domeniul de studii	Economia comerțului, turismului și serviciilor
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	EDUCATIE FIZICĂ ȘI SPORT
2.2 Titularul activității de curs	-
2.3 Titularul activității de seminar/laborator	Lect. univ. dr. Herlo Julien Narcis
2.4 Anul de studiu	II
2.5 Semestrul	II
2.6 Tipul de evaluare	Colecțiu
2.7 Regimul disciplinei	Disciplină obligatorie și fundamentală
2.8 Codul disciplinei	-

3. Timpul total estimat

3.1 Număr de ore pe săptămână	1	din care 3.2 curs	-	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	14	din care 3.5 curs	-	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					
Tutoriat					
Examinări					
Alte activități...					
3.7 Total ore studiu individual					
3.8 Total ore din planul de învățământ (3.4) + Total ore studiu individual (3.7)					
3.9 Total ore pe semestru					
3.10 Numărul de credite					

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	-
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Teren de sport, sală de sport dotată cu aparatură și materiale specifice activității

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Proiectarea modulară (Educație fizică și sportivă, Sport și performanță motrică, Kinetoterapie și motricitate specială) și planificarea conținuturilor de bază ale domeniului cu orientare interdisciplinară • Organizarea curriculumului integrat și a mediului de instruire și învățare, cu accent
-------------------------	---

² Cf. M.Of. al României, Partea I, Nr.800 bis/13.XII.2011, Ordinul ministrului nr. 5703 din 18 oct. 2011

	<p>interdisciplinar (Educație fizică și sportivă, Sport și performanță motrică, Kinetoterapie și motricitate specială)</p> <ul style="list-style-type: none"> Evaluarea creșterii și dezvoltării fizice și a calității motricității potrivit cerințelor obiectivelor specifice educației fizice și sportive, a atitudinii față de practicarea independentă a exercițiului fizic Descrierea și demonstrarea sistemelor operaționale specifice Educației fizice și sportive, pe grupe de vârstă Evaluarea nivelului de pregătire a practicanților activităților de educație fizică și sport Utilizarea elementelor de management și marketing specifice domeniului
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> Organizarea de activități de educație fizică și sportive pentru persoane de diferite vârste și niveluri de pregătire în condiții de asistență calificată, cu respectarea normelor de etică și deontologie profesională Îndeplinirea în condiții de eficiență și eficacitate a sarcinilor de lucru pentru organizarea și desfășurarea activităților sportive Operarea cu programe digitale, documentarea și comunicarea într-o limbă de circulație internațională

7. Obiectivele disciplinei (reiesind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> -Mărirea capacitatii de efort fizic și intelectual; -Dezvoltarea armonioasă a organismului; -Optimizarea stării de sănătate; -Prevenirea instalării deficiențelor fizice globale și segmentare, formarea și menținerea atitudinilor corecte ale corpului;
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> -Îmbunătățirea calităților motrice de bază (forță, viteză, rezistență, îndemânare); -Însușirea și consolidarea unor elemente și procedee tehnice de bază din atletism, gimnastică, jocuri sportive și sporturi aplicative și aplicarea lor în condiții de concurs sau joc bilateral; -Învățarea unor noțiuni de bază din regulamentele unor jocuri sportive (volei, baschet, fotbal) de organizare și desfășurare a diferitelor competiții; -Stimularea interesului studenților pentru practicarea sistematică și independentă a exercițiului fizic în mod individual și colectiv zilnic sau săptămânal; -Crearea obișnuinței de respectare a normelor de igienă sportivă și de prevenire a accidentelor; -Dezvoltarea capacitatii de autoapărare și autodepășire.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
8.2 Seminar/laborator		
1. Atletism: elemente din școala alergării și săriturii.	<ul style="list-style-type: none"> • Expuneri; • Demonstrații; • Demonstrații intuitive; • Explicații însoțite de demonstrații. 	3 ore
2. Fitness/Jogging	idem	2 ore
3. Elemente de gimnastică: exerciții de front și formații	idem	2 ore
4. Tenis de masă	idem	2 ore
5. Jocuri sportive: baschet, fotbal, volei	idem	3 ore
6. Combat/autoapărare	idem	2 ore
Bibliografie		
1. BUSHMAN, B., 2011, <i>Complete guide to fitness & health</i> , Human Kinetics, Champaign, IL;		
2. CORBIN, B. C., RUTH, L., 2007, <i>Fitness for life</i> , Human Kinetics, Champaign, IL;		

- 3. DRAGNEA, A., BOTA, A.,** 1999, *Teoria activităților motrice*, Editura Didactică și Pedagogică, București;
4. IONESCU, A., MAZILU, V., 1971, *Exercițiul fizic în slujba sănătății*, Editura Stadion, București;
5. SCARLAT, E., SCARLAT, M. B., 2011, *Tratat de educatie fizica*, Editura Didactică și Pedagogică, București;
6. ULMEANU, I., 1966, *Noțiuni de fiziologie cu aplicații la exercițiile fizice*, Editura UCFS, București.

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

Prin conținuturile sale, disciplina are un pronunțat caracter pragmatic, contribuind la formarea specialiștilor în domeniul specializării prin următoarele: dezvoltarea armonioasă a organismului; optimizarea stării de sănătate; optimizarea stării de sănătate; prevenirea instalației deficiențelor fizice globale și segmentare, formarea și menținerea atitudinilor corecte ale corpului; stimularea interesului studenților pentru practicarea sistematică și independentă a exercițiului fizic în mod individual și colectiv zilnic sau săptămânal; crearea obișnuinței de respectare a normelor de igienă sportivă și de prevenire a accidentelor; dezvoltarea capacitatei de autoapărare și autodepășire.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	-	-	-
10.5 Seminar/laborator	<ul style="list-style-type: none"> • Participare activă la ore; • Dispoziție la efort fizic și intelectual; • Echipament adecvat; • Atitudine corespunzătoare pentru lucru în echipă. 	<ul style="list-style-type: none"> • Executarea exercițiilor ca număr și corectitudine; • Evaluare continuă pe parcursul activității; • Teste pe parcursul semestrului și notarea lor; • Referate pentru cei scutiți. 	- 70% - 10% - 10% - 10%
10.6 Standard minim de performanță			
1. Alergare de viteză 50 m 2. Săritura în lungime de pe loc 3. Alergare de rezistență			

Data completării

25.09.2020

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament

28.09.2020

Semnătura directorului de departament

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Aurel Vlaicu” din Arad
1.2 Facultatea	Facultatea de Științe Economice
1.3 Departamentul	Departamentul de discipline economice
1.4 Domeniul de studii	Administrarea afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Administrarea afacerilor

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Managementul vânzării
2.2 Titularul activității de curs	Lect. univ. dr. Tăgăduan Diana
2.3 Titularul activității de seminar/laborator	Lect. univ. dr. Tăgăduan Diana
2.4 Anul de studiu	II
2.5 Semestrul	I
2.6 Tipul de evaluare	Examen
2.7 Regimul disciplinei	Optională

3. Timpul total estimat

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					8
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					8
Pregatire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					5
Tutoriat					5
Examinări					4
Alte activități...					3
3.7 Total ore studiu individual					33
3.8 Total ore din planul de învățământ (3.4)+Total ore studiu individual (3.7)					75
3.9 Total ore pe semestru					75
3.10 Numărul de credite					3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	
5.2 de desfășuare a seminarului/laboratorului	

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C2. Comercializarea produselor/serviciilor</p> <p>C2.1 Descrierea modalităților de concepere a produsului turistic, a tehnicii 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 tehnicii 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> <p>C3. Gestionarea relațiilor cu clientii și furnizorii</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> <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>
Competențe transversale	<p>CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relationare și muncă eficientă în cadrul echipei.</p>

7. Obiectivele disciplinei (reiesind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Însușirea cunoștințelor din domeniul managementului vânzării, în vederea dezvoltării capacitații 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 desfacere a rezultatelor producției.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Descrierea conceptelor de bază și a metodelor specifice sistemului desfacerii și al relațiilor cu clienții; ➤ Utilizarea bazelor de date în aplicarea metodelor, tehniciilor și procedurilor manageriale; ➤ Explicarea teoriilor, metodelor și instrumentarului necesare elaborării strategiilor în domeniul vânzării; ➤ Aplicarea principiilor și metodelor de bază pentru eficientizarea departamentului de vânzare

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
I. Introducere în managementul vânzării	Discuția, Conversația, Instruirea directă	2
II. Alegerea, urmărirea și controlul clienților	Discuția, Conversația, Instruirea directă	4
III. Planificarea și organizarea unui proiect CRM	Discuția, Conversația, Instruirea directă	4
IV. Implicațiile noilor tehnologii ale informației în managementul vânzării	Discuția, Conversația, Instruirea directă	4

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
I. Managementul vânzării, concept, activități componente, organizarea departamentului de desfacere	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	4
II. Metoda ABC de gestiune a clienților, calculul duratei medii de încasare a clienților	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	12
III. Planificarea și organizarea unui proiect CRM	Discuția, Conversația, Chestionarea orală, Lucrul pe bază de fișe, Brainstorming-ul, Dezbaterea, Lucrul în echipă, Învățarea prin descoperire, Învățarea prin cooperare	12

Bibliografie

1. Băsanu Gh., Pricop M.– *Managementul aprovizionării și desfacerii*, Ed. Economică, Bucuresti, Ediția IV-a 2012;
2. Drăghici C. – *Managementul relațiilor cu clienții*, Ed. Sitech, Bucuresti, 2008.
3. Lădar L., Prada S. – *Managementul asigurării resurselor materiale*, Ed. Solness, Timisoara, 2002.
4. Rad L., *Distribuția și logistica de marketing*, Editura Economică, București, 2007;
5. Tăgăduan Diana, 2020, *Managementul vânzării* - suport de curs în format electronic pe platforma Moodle a Universității “Aurel Vlaicu” .

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

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 publice.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Susținerea de referate, Răspunsuri la examen în cadrul evaluării finale	Evaluare orală, Evaluare scrisă	50%
10.5 Seminar/laborator	Elaborarea și susținerea de teme de control, Rezolvarea probleme în cadrul evaluării finale	Evaluare orală, Evaluare scrisă	50%
10.6 Standard minim de performanță			
Rezolvarea unuia din cele două subiecte teoretice și identificarea formulelor necesare rezolvării problemei, susținerea unui referat.			

Data completării

25.09.2020

Semnătura titularului de curs

Lect.univ.dr.Tăgăduan Diana

Semnătura titularului de seminar

Lect.univ.dr.Tăgăduan Diana

Data avizării în departament

28.09.2020

Semnătura directorului de departament

Conf.univ.dr.Almași Robert

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Aurel Vlaicu” din Arad
1.2 Facultatea	Facultatea de Științe Economice
1.3 Departamentul	Discipline Economice
1.4 Domeniul de studii	Administrarea afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Economia comerțului,turismului și serviciilor

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Didactica specialității
2.2 Titularul activității de curs	Prof. univ. dr. Cernușca Lucian
2.3 Titularul activității de seminar/laborator	Prof. univ. dr. Cernușca Lucian
2.4 Anul de studiu	II
2.5 Semestrul	II
2.6 Tipul de evaluare	Examen
2.7 Regimul disciplinei	Obligatorie (Impusă)/De specialitate
2.8 Codul disciplinei	EICS4F23

3. Timpul total estimat

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	48	din care 3.5 curs	24	3.6 seminar/laborator	24
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					9
Pregatire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					24
Tutoriat					12
Examinări					2
Alte activități...					2
3.7 Total ore studiu individual					77
3.9 Total ore pe semestru					125
3.10 Numărul de credite					5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 curriculum	de	<p>Parcurserea disciplinelor de pregătire psihopedagogică, fundamentale – obligatorii</p> <ul style="list-style-type: none"> - Psihologia educației - Pedagogie I - Fundamente pedagogice; Teoria și metodologia curriculumului - Pedagogie II – Teoria și metodologia instruirii; Teoria și metodologia evaluării
4.2 competențe	de	<ul style="list-style-type: none"> a. Profesionale - de factură cognitivă și funcțional – acționale; b. Complementare – lingvistice, digitale c. Transversale – de rol, de dezvoltare personală și profesională d. Manageriale – de conducere, îndrumare și control

6. Competențele specifice de acumulat

Competențe profesionale <ul style="list-style-type: none"> • 	<p>Cognitive:</p> <ul style="list-style-type: none"> • CP1. Formarea capabilității de integrare adecvată a conceptelor și teoriilor din domeniul didacticii specialității disciplinelor economice, ca parte componentă a științelor educației, în sistemul de cunoaștere al studentului și utilizarea unui limbaj specific, adecvat disciplinei; • CP2.dezvoltarea componentei comunicaționale – față în față și la distanță (virtuală) -, în vederea consolidării celei didactice. <p>Funcțional – acționale</p> <ul style="list-style-type: none"> • CP3.dezvoltarea la studenți a deprinderilor de proiectare, organizare, desfășurare, evaluare și reglare a procesului educativ propus elevilor • CP4. Punerea studentului în ipostaze procesuale active de utilizare a strategiilor novatoare, interactive de predare – învățare – evaluare (a relației educaționale), adecvate particularităților grupului educativ, scopului și tipului de activitate didactică; • CP5. Stimularea învățării transformative prin formarea studentului drept co-autor metodologic în actul educațional. <p>Atitudinale</p> <ul style="list-style-type: none"> • CP6. Adaptabilitatea la evoluția tehnologiei didactice, comunicăționale și informaționale și dobândirea unui comportament adecvat, pozitivant, raportat la utilizarea acesteia în situații educaționale; • CP7. Motivarea spre învățarea permanentă
Competențe transversale <ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • CT1. Dezvoltarea autonomiei și responsabilității studenților prin însușirea și aplicarea principiilor didacticii specialității și normelor de deontologie profesională specifice profesionistului în științele educației. • CT2. Formarea și dezvoltarea capacitatei de deschidere către variantele interacțiuni sociale într-o lume globalizată, diversă și multiculturală. • CT3. Cooperarea eficientă în echipe de lucru profesionale, interdisciplinare, specifice desfășurării proiectelor și programelor din domeniul științelor educației; • CT4. Stabilirea nevoilor de formare propriei prin raportarea la cadrul legal național și european care reglementează evoluția în carieră.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea și aplicarea conceptelor și teoriilor din sfera didacticii specialității în practica educațională.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> ■ Dezvoltarea unei viziuni integrative asupra didacticii specialității și aplicarea acestora în proiectarea și derularea situațiilor de învățare. ■ Dobândirea cunoștințelor și abilităților necesare unui viitor profesor, în derivabilitatea competențelor specifice în obiective concrete, în utilizarea unei strategii didactice adecvate (metode, mijloace și forme de organizare) și integrarea evaluării și reglării actului didactic în situațiile de învățare. ■ Proiectarea interdisciplinară și chiar transdisciplinară a viitoarei relații educaționale (lecții, activități) ■ Formarea unui stil didactic creativ, interactiv, democratic, centrat pe educabil. ■ Manifestarea unei atitudini responsabile, positive față de profesia didactică.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare/învățare	Observații/oră
<p>1.Statutul teoretic al didacticii disciplinelor economice</p> <p>1.1Relațiile dintre didactica generală și didacticile speciale</p> <p>1.2 Rațiunea suficientă a existenței didacticilor speciale</p> <p>1.3 Programa analitică</p>	Prelegerea interactivă, Abordarea euristică, Problematizarea, Algoritmizarea, Brainstorming-ul, Reflecția.	2
<p>2.Respectarea cerințelor principiilor didactice în predarea-învățarea disciplinelor economice</p> <p>2.1.Particularitatile sistemului notional al disciplinelor economice</p> <p>2.2 Dificultati in receptarea notiunilor economice</p> <p>2.3 Respectarea cerintelor principiilor didactice in predarea-invatarea disciplinelor economice</p> <p>2.4 Prinzipiul insusirii constiente si active a cunostintelor</p> <p>2.5 Prinzipiul legaturii teoriei cu practica</p> <p>2.6. Prinzipiul accesibilitatii cunostintelor propuse elevilor spre invatare</p> <p>2.7 Prinzipiul respectarii particularitatilor de varsta si individuale ale elevilor</p> <p>2.8 Prinzipiul sistematizarii si continuitatii in invatare</p> <p>2.9 Prinzipiul corelatiei intre intuitiv si logic</p> <p>2.10 Prinzipiul insusirii temeinice a cunostintelor</p>	Exponerea interactivă, Demonstrația, Brainstorming-ul, Problematizarea, Algoritmizarea, Modelarea, Exercițiul, Învățarea prin descoperire, Studiul de caz	4

3.Metode și procedee didactice utilizate în predarea disciplinelor economice 1.Delimitări conceptuale și taxonomii 2.Conversația didactică 3.Procedee didactice specifice operaționalizării noțiunilor economice 4.Metode pentru o învățare activă 5.Instruirea programată	Explicația, Demonstrația, Experimentul, Modelarea, Problematizarea, Algoritmizarea, Brainstorming-ul, Învățarea prin exersare, Organizatorul grafic	8
4.Forme ale relațiilor educaționale (de predare și învățare a conținuturilor, de formare a deprinderilor și abilităților, de dezvoltare a atitudinii pozitive) a) Tipuri și forme de organizare și desfășurare ale relației educaționale (lecție, activitate) ➤ În școală – lecție, lucrare de laborator, lucrare în atelier, cerc cu elevii, consultații, meditații etc. ➤ În afara școlii – vizite, excursii, alte forme complementare pentru săptămâna “Școala altfel”	Explicația, Demonstrația, Modelarea, Problematizarea, Algoritmizarea, Brainstorming-ul, Învățarea prin exersare, Organizatorul graphic, IAC	3
5.Proiectarea activității didactice 5.1.Proiectarea instruirii 5.2.Lecția-principala modalitate de organizare și desfășurare a activității didactice 5.3.Proiectul didactic al lecției	Explicația, Demonstrația, Modelarea, Problematizarea, Algoritmizarea, Învățarea prin exersare, Organizatorul graphic, IAC	8
6.Evaluarea pregătirii studenților 6.1.Conceptul de evaluare 6.2.Strategii de evaluare 6.3.Metode de evaluare	Explicația, Demonstrația, Modelarea, Problematizarea, Algoritmizarea, Învățarea prin exersare, Învățarea prin cooperare, IAC	3
	Total	28
8. 2. Seminar	Metode de predare/învățare	Observații/oră

1. Didactica generală vs. Didactica disciplinelor economice	Abordarea euristică, dezbatere, studiul de caz	2
2. Metodologia didactică: prezentarea practică a unor metode de formare și autoformare, criterii de alegere a metodelor didactice.	Abordarea euristică, informarea, studiul de caz, problematizarea, algoritmizarea, metoda ciorchinelui, exercițiul, IAC	6
3. Aplicarea metodelor interactive, centrate pe student, la secvențe de conținut din cadrul disciplinelor economice	Exercițiul, munca în grup, IAC	4
4. Utilizarea metodelor și procedeelor didactice. Analiză și aplicații.	Demonstrația, experimentul, învățarea prin descoperire, învățarea prin exersare, IAC	2
5. Forme de organizare a activității didactice și grupului educațional. Exemple	Abordarea euristică, studiul de caz, problematizarea, algoritmizarea, exercițiul	2
6. Proiectul didactic al lecției. Aplicații	Explicația, Demonstrația, modelarea, învățarea prin descoperire, învățarea prin exersare, IAC	6
7. Evaluarea. Metode, procedee și tehnici de evaluare. Instrumente de evaluare.	Abordarea euristică, Explicația, studiul de caz, problematizarea, algoritmizarea, exercițiul, IAC	4
8. Prelucrarea statistică a datelor	Demonstrația, Exercițiul, IAC	2
Total		28

Bibliografie

- Cernușca, L. Didactica specialității-suport de curs on-line 2020
- Albulescu, I., Albulescu, M., (2000), *Predarea și învățarea disciplinelor socioumane*, Ed. Polirom, Iași
- Balaciu,D.E. Cernușca, L. Meșter,I.T. Bogdan,V. *Accounting manipulation:an empirical study regarding managers' behavior*, The Annals of the University of Oradea.Economic Sciences, Tom XXIII,1st Issue/july 2014 No.1/2013 , Editura Universității din Oradea, 2014, pp 554-562, Categoria B+, ISSN 1582-5450(electronic edition) ISSN 1222-569X(printing edition), <http://anale.steconomiceoradea.ro>, <http://anale.steconomiceoradea.ro/en/2014/07/28/1st-issue-july-tom-23-2014/>
- Bocoș, M., (2007), *Didactica disciplinelor pedagogice. Un cadru constructiv*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj- Napoca
- Bocoș, M., Albulescu, I., Chiș, V., Stan, C., (coord), (2007), *Tradiții, valori și perspective în științele educației*, Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca
- Cerghit, I., (2002), *Sisteme de instruire alternative și complementare. Structuri, stiluri și strategii*, Ed. Aramis, București;
- Cerghit, I., (1997), *Metode de învățământ*, București, EDP
- Cernușca, L., Lile, R., Condea, B.,Jacob,M.,Gomoi,B., *Caiet de practică pentru specializarea Finanțe-Bănci*, Editura Universității „Aurel Vlaicu” din Arad, 2011, 93 pag., ISBN 978-973-752-587-1
 - Cernușca, L., *Tratamente contabile și fiscale*, Editor:Tribuna Economică București, 2013, 200 pag., ISBN 978 - 973- 688 - 358 – 3.
 - Cernușca, L., *Opțiuni și practici contabile*, Editor:Tribuna Economică București, 2012, 280 pag., ISBN 978 - 973- 688 - 215 – 9.
 - Cernușca, L., și colab., *Evaluarea,reorganizarea și lichidarea entităților economice*, Editura Gutenberg Univers Arad, 2011, 335pag., ISBN 978 - 606 - 8204 - 30 – 7.
- Chiș, V., (2005), *Pedagogia contemporană. Pedagogia pentru competențe*, Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca
- Chiș, V., (2001), *Activitatea profesorului între curriculum și evaluare*, Cluj-Napoca, Ed. Presa Universitară Clujeană
- Dumitru, I. Al., (2001), *Educație și învățare*, Ed. Eurostampa, Timișoara
- Egan, K., (2007), *Predarea ca o poveste*, Ed. Didactica Press, București
- Ezechil, L., (2002), *Comunicarea educațională în context școlar*, EDP, București
- Herlo, D., (2006), *Didactica*, Arad, Ed. Univ. Aurel Vlaicu
- Herlo, D., (2004), *Asupra curriculum-ului educațional*, Arad, Ed. Univ. Aurel Vlaicu
- Herlo, D., (2000), *Metodologie educațională*, Arad, Ed. Univ. Aurel Vlaicu
- Illica, A., (2003), *Pedagogia comunicării educaționale*; Ed. Universității „Aurel Vlaicu”, Arad
- Ionescu, M., (2003), *Instrucție și educație. Paradigme, strategii, orientări, modele*, Cluj-Napoca
- Ionescu, Miron, (2000), *Demersuri creative în predare și învățare*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca
- Ionescu, M., Radu, I., (1995), *Didactica modernă*, Cluj- Napoca, Ed. Dacia
- Iucu, R., (2001), *Instruirea școlară. Perspective teoretice și aplicative*, Polirom, Iași
- Jinga, I., Negreț, I., (1994), *Învățarea eficientă*, Editis, București

- Joița, V., (1999), *Pedagogia. Știința integrativă a educației*, Polirom, Iași
- Lisievici, P., (2002), *Evaluarea în învățământ. Teorie, practică, instrumente*, Ed. Aramis, București;
- Monteil, M., (1997), *Educație și formare*, Polirom, Iași
- Neacșu, I., (1990), *Instruire și învățare*, Ed. Științifică, București
- Păun, E., (1999), *Scoala- abordare sociopedagogică*, Polirom, Iași
- Păun, E., Potolea, D., (2002), *Pedagogie, Fundamentări teoretice și demersuri practice*, Iași, Ed. Polirom
- Potolea, D., (1989) *Structuri, strategii, și performanțe în învățământ*, București, Ed. Academiei
- Stan, C., (2001), *Autoevaluare și evaluarea didactică*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca

Stoica,C. Cernușca, L., *Statistical Sstudy on the Perception of Proffesional Accountants Regarding the Existance and the Manifestation of Creative Accounting* ATINER CONFERENCE paper series No.EMS2014-1134 printed in Athens Greece by the Athens Institute for Education and Research,ISSN 2241-2891, <http://www.atiner.gr/papers/EMS2014-1134.pdf>

-
- Stoica, A., (2000), *Reforma evaluării în învățământ*, Ed. Sigma, București;
- Stoica, A., (2001), *Evaluarea curentă și examenele*, Ed. Prognosis, București;
- Ungureanu, D., (2001), *Teroarea creionului roșu. Evaluare educațională*, Ed. Univ. De Vest, Timișoara.

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

- În vederea proiectării prezentei fișe, a selectării conținuturilor, alegerii metodelor de predare/învățare și a modalităților de evaluare, titularii disciplinei au organizat întâlniri virtuale cu alte cadre didactice din domeniu, titulare în alte instituții de învățământ superior, coordonatoare ale unor programe similare.
- S-a dialogat cu reprezentanți ai ISJ, cu metodicieni și mentorii din învățământul preuniversitar în vederea identificării nevoilor și așteptărilor angajatorilor și practicienilor din domeniul educației asupra competențelor minimale ale viitorilor profesori.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Rezolvarea itemilor	Evaluare clasică, scrisă, pe bază de itemi	60%
10.5 Seminar	Elaborarea și trimiterea portofoliului	Evaluare clasică, pe bază de portofoliu, trimis prin e-mail	40%
10.6 Standard minim de performanță			
Obținerea minim a mediei ponderate 5,00 între nota obținută la evaluarea clasică, scrisă, pe bază de itemi și evaluarea clasică, pe bază de portofoliu, trimis prin e-mail.			

Data completării
25.09.2020

Semnătura titularului de curs
Prof. univ. dr. Cernușea Lucian


Semnătura titularului de seminar
Prof. univ. dr. Cernușea Lucian


Data avizării în departament
28.09.2020

Semnătura directorului de departament
