

FIȘA DISCIPLINEI
AMENAJAREA TURISTICĂ A TERITORIULUI
 Anul universitar 2017 – 2018

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2. Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3. Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor / economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	AMENAJAREA TURISTICĂ A TERITORIULUI									
2.2	Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Simoni Smaranda									
2.3	Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Simoni Smaranda									
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								42
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								24
Tutorat								3
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								3
3.7	Total ore studiu individual	94						
3.8	Total ore pe semestru	150						
3.9	Număr de credite	6						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Geografie economică, Economie, Economia turismului, Resurse și destinații turistice
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 1 PC C.4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare – 1 PC C.5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii – 2 PC
Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor și a normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în științele economice – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Disciplina <i>Amenajarea turistică a teritoriului</i> are menirea de a transmite studenților complexitatea acestui proces dinamic de organizare științifică a spațiului turistic, luând în considerare relațiile dintre mediu și colectivitățile umane, precum și toți factorii care influențează aceste relații. Amenajarea turistică ține cont atât de caracteristicile teritoriului (resurse, activități, funcțiuni) cât și de posibilitățile de exploatare în condiții de eficiență a acestuia. Amenajarea turistică are rolul de a asigura dezvoltarea turismului și valorificarea turistică optimă a teritoriului, de a găsi soluții de multiplicare a efectelor turismului în economia zonei și de a integra planurile de dezvoltare a turismului în strategia dezvoltării economico-sociale a teritoriului.
7.2. Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 1. Înțelegerea rolului amenajării turistice eficiente și raționale a teritoriului 2. Analiza turismului prin prisma complexității potențialului turistic și a fenomenelor social-economice condiționate de valorificarea acestuia;

	<p>3. Deprinderea studenților cu metodele și instrumentele de analiză specifice (indicatori turistici);</p> <p>4. Deprinderea studenților cu etapele de elaborare și realizare a noilor proiecte;</p> <p>5. Deprinderea studenților cu soluțiile de stimulare a circulației ecoturistice și de asigurare a integrării turismului în economia teritoriului.</p> <p>B. Obiective procedurale</p> <p>1. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice amenajării turistice a teritoriului;</p> <p>2. Culegerea și prelucrarea de date din surse documentare alternative și din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor care influențează amenajarea turistică a teritoriului;</p> <p>3. Formarea deprinderilor de utilizare a instrumentelor statistice în evaluarea circulației turistice;</p> <p>4. Utilizarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor utilizate în cercetarea activității turistice dintr-o zonă sau țară.</p> <p>C. Obiective atitudinale</p> <p>1. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în turism.</p> <p>2. Valorificarea propriului potențial prin realizarea cercetării de grup sau individuală în analiza și previziunea fenomenului turistic;</p> <p>3. Manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de rolul și importanța turismului în activitatea economică și socială.</p>
--	---

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Amenajarea turistică a teritoriului: concepte, definiții, principii 1.1. Concepte și principii de amenajare turistică 1.2. Tipuri de amenajare turistică 1.3. Considerații generale privind organizarea activităților în turism și amenajarea spațiului turistic 1.4. Conducerea și organizarea activităților de turism în România 1.5. Strategii de amenajare turistică a teritoriului 1.6. Concluzii privind politica, legislația și organizarea activităților turistice în România	2		
2	Potențialul turistic. Unitățile taxonomice ale spațiilor turistice amenajate. Stațiunile turistice 2.1. Patrimoniul turistic, ofertă turistică, potențial turistic 2.2. Unități taxonomice ale spațiilor turistice amenajate 2.3. Stațiunea turistică: definiții, clasificare, atestare 2.4. Clasificarea și ierarhizarea zonelor turistice pe baza potențialului turistic	4		
3	Amenajarea turistică a zonelor montane 3.1. Organizarea și valorificarea spațiului turistic montan 3.2. Stațiunile turistice montane 3.3. Criterii de bază aplicabile în amenajarea unei stațiuni pentru sporturi de iarnă 3.4. Principalele obiective ale strategiei dezvoltării turismului montan în România	4	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prelegerea ▪ explicația ▪ expunerea cu material suport ▪ dezbaterile cu oponent imaginar 	<p><i>calculatorul (prezentarea în power-point)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
4	Amenajarea turistică a stațiunilor balneoclimaterice și climaterice 4.1. Potențialul turistic balneoclimateric și climateric 4.2. Criterii de clasificare a stațiunilor turistice balneoclimaterice și climaterice 4.3. Echiparea turistică a stațiunilor balneoclimaterice și climaterice 4.4. Strategii de dezvoltare și amenajare a spațiilor turistice balneoclimaterice și climaterice	4		
5	Amenajarea turistică a zonelor litorale 5.1. Potențialul turistic al litoralului 5.2. Criterii și norme de amenajare turistică a litoralului 5.3. Amenajarea spațiului turistic balnear-litoral 5.4. Modele de amenajare și valorificare turistică în principalele zone turistice de litoral ale lumii 5.5. Turismul litoral românesc – evoluție și perspective (baza tehnico-materială, programe naționale de amenajare turistică a litoralului)	4		
6	Amenajarea pentru turism și agrement a zonelor urbane și periurbane 6.1. Dimensiunile cererii turistice urbane și baza materială de agrement urban 6.2. Principii de amenajare și valorificare turistică în perimetrul marilor orașe	2		

	6.3. Modele de amenajare turistică a zonelor urbane și periurbane pentru turismul de week-end			
7	Amenajarea turistică a ariilor protejate 7.1. Potențialul turistic a ariilor protejate și organizarea acestora 7.2. Criterii de valorificare a parcurilor și rezervațiilor naturale 7.3. Ecoturismul, formă a turismului durabil 7.4. Amenajarea turistică a principalelor destinații ecoturistice pe glob 7.5. Structuri ecoturistice în România	2		
8	Turism rural și agroturism: concepte și definiții 8.1. Potențialul turistic rural 8.2. Amenajarea și echiparea satelor turistice 8.3. Legislație, tipologie și clasificarea satelor turistice 8.4. Organizarea, dezvoltarea și promovarea turismului rural și agroturismului	2		
9	Tipuri și forme de turism. Protecția și conservarea resurselor turistice 9.1. Tipuri de turism 9.2. Forme de turism 9.3. Tipuri și forme de turism practicate în România 9.4. Capacitatea de suport a mediului și tipurile majore de impact dintre turism și mediu	2		
10	Priorități în dezvoltarea zonelor turistice ale României. Dezvoltarea în perspectivă a zonelor turistice	2		
<p>Bibliografie:</p> <ol style="list-style-type: none"> Bâc D.P., Turismul și dezvoltarea durabilă: realități, provocări, oportunități, Editura Economică, București, 2013. Băltărețu Andreea Mihaela, Amenajarea turistică a teritoriului, Editura Universitară, 2013. Cândea Melinda, Simon Tamara, Bogan Elena, Patrimoniul turistic al României, Editura Editura Universitară, București, 2012. Diaconu Mihaela, Micu Cristina, Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii, Editura Universității din Pitești, 2010 Erdeli G., Gheorghilaș A., Amenajări turistice, Editura Universitară, București, 2006. Firoiu Daniela, Resursele umane în turism, Editura Universitară, București, 2005. Gheorghilaș A., Geografia turismului internațional, Editura Universitară, București, 2005. Glăvan V., Potențialul turistic și valorificarea sa, Editura Fundației România de Măine, București, 2006. Glăvan V., Geografia turismului, Editura Fundației România de Măine, București, 2007. Ielenicz M. și colab., România. Enciclopedie turistică, Editura Corint, București, 2003. Ielenicz M., Comănescu Laura, România. Potențial turistic, Editura Universitară, București, 2006. Ioncică Maria, Stănculescu Gabriela, Economia turismului și serviciilor, Editura Uranus, București, 2006. Iordache Carmen Maria, Economia turismului, Editura Independența Economică, Pitești, 2008. Leiper N., Tourism Management (5th Ed.), Malaysia: Pearson Education Australia, 2010. Mihai Daniela, Grosu Mădălina, Management, aplicații în comerț. Managementul activităților turistice, Editura Sitech, Craiova, 2005. Miu Florentina, Simoni Smaranda, Ecoturism și turism rural, Editura Universității din Pitești, 2012. Nistoreanu P., Ecoturism și turism rural, Editura ASE, București, 2006. Nistoreanu P. (coord.), Turism rural, Editura C.H.Beck, București, 2010. Niță I, Niță C., Piața turistică a României. Realități-mecanisme-tendențe, Editura Economică, București, 2008. Page S.J., Tourism Manangement, Elsevier Ltd., Oxford, 2007. Pender L., Sharpley R., The Management of Tourism, SAGE Publications Ltd, London, 2005. Simoni Smaranda, Mihai Daniela, Amenajarea turistică a teritoriului, suport de curs (format electronic) platforma IFR a Universității Pitești, 2017. Stănculescu Gabriela (coord.), Lexicon de termeni turistici, Editura Oscar Print, București, 2002. Stănculescu Gabriela, Micu Cristina, Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz, Editura C.H. Beck, București, 2009. Tribe J., 2006, The economics of recreation, leisure and tourism, Amsterdam, Elsevier, 2006. *** Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, United Nations, 2015. *** Tourism Highlights, UNWTO, 2017. *** World Tourism Barometer, UNWTO, 2017. *** Quick Start Guide to a Tourism Business, NEAP, 2006. *** A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO, 2007. *** International Tourism Overview. A Special Report from World Tourism Organization. *** Tourism Market Trends, UNWTO, 2012. *** Yearbook of Tourism Statistics, UNWTO, 2017. Hotărârea nr. 24 din 12 ianuarie 2017 privind organizarea și funcționarea Ministerului Turismului, publicată în MO nr. 49/17.01.2017. Hotărârea nr. 867/2006 pentru aprobarea normelor și criteriilor de atestare a stațiilor turistice. Hotărârea nr. 852 din 13 august 2008 pentru aprobarea normelor și criteriilor de atestare a stațiilor turistice. Hotărârea nr. 58 din 16 februarie 2017 pentru aprobarea atestării unor localități sau părți din localități ca stațiuni 				

<p>turistice de interes național sau local și pentru modificarea anexei nr. 5 la Hotărârea Guvernului nr. 852/2008 pentru aprobarea normelor și criteriilor de atestare a stațiunilor turistice, publicată în Monitorul Oficial nr. 138 din 23 februarie 2017.</p> <p>38. www.turism.gov.ro, Proiectul Legea Turismului 2010, 2015, Autoritatea Națională pentru Turism și ulterior Ministerul Turismului.</p> <p>39. www.insse.ro, Anuarele Statistice ale României – capitolul 20: Turism, 2012-2017.</p> <p>40. www.mdrtr.ro, Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026.</p> <p>41. www.innse.ro, Turismul României. Breviar statistic, Institutul Național de Statistică, București, 2014-2017, .</p> <p>42. www.insse.ro, Seria Turism, Institutul Național de Statistică, București, 2017.</p> <p>43. www.turism.gov.ro, Lista localităților atestate ca stațiuni turistice, Autoritatea Națională pentru Turism.</p> <p>44. www.vacantelataro.ro</p> <p>45. www.romaniatravel.ro</p>				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1.	Amenajarea turistică, o strategie de dezvoltare a ofertei turistice <ul style="list-style-type: none"> - Conceptul de potențial turistic, ofertă turistică, patrimoniu turistic - Analiza diagnostic a teritoriului, premisă a amenajării turistice - Studiu de caz: Model de conducere și organizare a turismului (Australia) 	2		<p>În cadrul primei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării</p> <p><i>Resurse folosite:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Scurte prezentări în power-point pentru descrierea studiilor de caz
2.	Stațiunea turistică (concept, clasificare, criterii de omologare, funcții)	2		
3.	Metode de analiză a fenomenului turistic <ul style="list-style-type: none"> - Operațiuni și instrumente de calcul - Prospectarea cererii și consumului turistic - Studiu de caz: Indicatori de cuantificare a circulației turistice - Studiu de caz: Analiza dinamicii și structurii circulației turistice din România din ultimii 25 de ani 	2		
4.	Amenajarea, organizarea și dezvoltarea turismului pentru sporturi de iarnă <ul style="list-style-type: none"> - Analiza activității de turism în câteva stațiuni turistice montane - Particularitățile domeniului schiabil și ale pârtiilor - Dimensiuni ale domeniului schiabil - Indicatori sintetici și de corelație - Perspectivele turismului montan în România 	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dialogul ▪ Lucrul în grup ▪ Conversația euristică 	
5.	Direcții și strategii ale produsului stațiunilor turistice montane <ul style="list-style-type: none"> - Particularizarea strategiilor de dezvoltare a stațiunilor montane românești - Concepția de dezvoltare a turismului montan la nivel macroeconomic - Rolul statului în dezvoltarea turismului montan românesc 	2		
6.	Valorificarea potențialului turistic natural al unităților de deal, podiș, câmpie și al luncilor – aplicație: organizarea și valorificarea zonei turistice Vâlcea-Câmpulung Muscel	2		
7.	Climatoterapia <ul style="list-style-type: none"> - Clima-resursă turistică. Tipuri de bioclimat. Climatoterapia - Indici utilizați în climatologia turistică - Aplicație: bioclimatul tonic-stimulent de munte, aeroterapia, cura de teren și alpinismul: spațiul montan din nordul Județului Argeș (Munții Făgăraș-lezer) 	2		
8.	Potențialul balnear al României și strategii de organizare a spațiilor turistice balneare <ul style="list-style-type: none"> - Valorificarea potențialului balneoclimateric în stațiunile din Carpații Orientali: Poiana Negri, Vatra Dornei, Borsec, Bilbor, Băile Tușnad, Balványos, Bixad, Malnaș Băi, Bodoc, Covasna, Biborțeni, Zizin 	2		
9.	Amenajarea spațiului turistic balnear-litoral <ul style="list-style-type: none"> - Organizarea și amenajarea plajelor - Amenajări în sistemul club de vacanță - Organizarea și valorificarea spațiului turistic al litoralului românesc 	2		
10.	Patrimoniul turistic cultural-istoric I	2		

	- Potențialul turistic cultural și valorificarea sa în centrele urbane din Transilvania: Brașov, Sibiu, Cluj-Napoca, Bistrița, Târgu-Mureș, Sighișoara, Mediaș		
11.	Patrimoniul turistic cultural-istoric II - Biserici și mănăstiri aflate în patrimoniul universal U.N.E.S.C.O.: mănăstirile din nordul Moldovei și bisericile din lemn din Maramureș	2	
12.	Ecoturismul în România - Arii protejate din România - Aspecte legislative și amenajarea turistică a parcurilor naționale - Rezervația Biosferei Delta Dunării și traseele turistice de aici - Amenajări necesare în Parcul Național Retezat	2	
13.	Amenajarea și echiparea satelor pentru turism - Potențialul turistic etnocultural - Zonele etnografice din România - Tipuri de sate turistice	2	
14.	Valorificarea potențialului turistic al județului Argeș, tipuri de turism, strategii de amenajare turistică	2	

Bibliografie:

- Băltărețu Andreea Mihaela, Amenajarea turistică a teritoriului, Editura Universitară, 2013.
- Cândea Melinda, Simon Tamara, Bogan Elena, Patrimoniul turistic al României, Editura Editura Universitară, București, 2012.
- Erdeli G., Gheorghilaș A., Amenajări turistice, Editura Universitară, București, 2006.
- Ielenicz M. și colab., România. Enciclopedie turistică, Editura Corint, București, 2003.
- Ielenicz M., Comănescu Laura, România. Potențial turistic, Editura Universitară, București, 2006.
- Niță I, Niță C., Piața turistică a României. Realități-mecanisme-tendințe, Editura Economică, București, 2008.
- Page S.J., Tourism Mananagement, Elsevier Ltd., Oxford, 2007.
- Simoni Smaranda, Mihai Daniela, Amenajarea turistică a teritoriului, suport de curs (format electronic) platforma IFR a Universității Pitești, 2017.
- *** Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, United Nations, 2015.
- *** Tourism Highlights, UNWTO, 2017.
- *** World Tourism Barometer, UNWTO, 2017.
- *** Quick Start Guide to a Tourism Business, NEAP, 2006.
- *** A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO, 2007.
- *** International Tourism Overview. A Special Report from World Tourism Organization.
- *** Tourism Market Trends, UNWTO, 2012.
- *** Yearbook of Tourism Statistics, UNWTO, 2017.
- www.insse.ro, Anuarele Statistice ale României – capitolul 20: Turism, 2012-2017.
- www.mdr.ro, Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026.
- www.turism.gov.ro, Proiectul Legea Turismului 2010, 2015, Autoritatea Națională pentru Turism și ulterior Ministerul Turismului.
- www.innse.ro, Turismul României. Breviar statistic, Institutul Național de Statistică, București, 2014-2017.,
- www.insse.ro, Seria Turism, Institutul Național de Statistică, București, 2017.
- www.turism.gov.ro, Lista localităților atestate ca stațiuni turistice, Autoritatea Națională pentru Turism.
- www.vacantelataro.ro
- www.romaniatravel.ro

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și teoriilor însușite la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților comunității academice din domeniul Administrării Afacerilor.
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniile Comerț, Turism și Servicii.

10. Evaluare:

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică;	- Evaluare scrisă în timpul semestrului;	10 %

	- gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare finală.	50%
10.5 Seminar	- participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă. - Proiect	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog. - Prezentare orală proiect	20% 20%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea principalelor concepte specifice amenajării turistice eficiente și raționale a teritoriului.		

Data completării
27 septembrie 2017

Titular de curs,
Lect. univ. dr. Smaranda Simoni

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Smaranda Simoni

Data aprobării în Consiliul departamentului,
03 octombrie 2017

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Managementul relațiilor cu furnizorii în comerț, turism, servicii
anul universitar: 2017 - 2018

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei		Managementul relațiilor cu furnizorii în comerț, turism, servicii								
2.2	Titularul activităților de curs		Prof. univ. dr. Constantin DRĂGHICI								
2.3	Titularul activităților de seminar		Conf. univ. dr. Daniela MIHAI								
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								30
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutorat								3
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								3
3.7	Total ore studiu individual							94
3.8	Total ore pe semestru							150
3.9	Număr de credite							6

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Management, Marketing, Economia întreprinderii
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 3 PC C.4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare – 2 PC C.5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu fundamentele teoretice și metodologice ale aprovizionării de mărfuri și formarea deprinderilor practice necesare realizării ciclului aprovizionării cu resurse materiale a întreprinderii, în cele mai bune condiții, cu maximă rentabilitate și cheltuieli minim posibile.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Definirea corectă a obiectului de studiu al <i>managementului relațiilor cu furnizorii</i> și corelarea cu celelalte discipline; 2. Cunoașterea particularităților diferitelor modalități de organizare, coordonare și conducere a activităților specifice de asigurare cu resurse materiale a întreprinderii; 3. Cunoașterea, fundamentarea și interpretarea indicatorilor care definesc conținutul planului de aprovizionare; 4. Cunoașterea, înțelegerea și interpretarea diferitelor tipuri de stocuri utilizate în practica

	<p>aprovizionării din întreprinderi și a metodelor de dimensionare a acestora;</p> <p>5. Însușirea teoriilor privind cele mai recente metode, tehnici și sisteme moderne în managementul relațiilor cu furnizorii.</p> <p>B. Obiective procedurale</p> <p>5. Formarea gândirii, atitudinii și spiritul economic orientat cu rigurozitate spre gospodărirea cu maximum de eficiență a resurselor materiale destinate susținerii producției agentului economic;</p> <p>6. Identificarea oportunităților de aplicare a diferitelor modalități de organizare, coordonare și conducere a activităților specifice de asigurare cu resurse materiale a întreprinderii;</p> <p>7. Formarea abilităților necesare derulării unei riguroase și amănunțite cercetări asupra pieței resurselor;</p> <p>8. Formarea abilităților necesare fundamentării și operaționalizării planului și programelor de aprovizionare la nivelul întreprinderii;</p> <p>9. Dezvoltarea capacității studentului de a percepe rolul și importanța analizei eficienței proceselor specifice aprovizionării.</p> <p>C. Obiective atitudinale</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitatea de a lucra în echipă; ▪ Respectarea normelor de deontologie ale profesiei de manager; ▪ Cultivarea unor atitudini constructive în contexte organizaționale variate.
--	---

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	<p>Tema nr. 1: ORGANIZAREA ȘI CONDUCEREA DEPARTAMENTULUI RELAȚII CU FURNIZORII</p> <p>1.1. Locul, importanța și organizarea departamentului relații cu furnizorii în structura întreprinderii (3 ore)</p> <p>1.2. Atribuții și responsabilități ale departamentului relații cu furnizorii. Sistemul relațiilor funcționale (3 ore)</p>	6		
2	<p>Tema nr. 2: CERCETAREA PIETEI RESURSELOR MATERIALE</p> <p>2.1. Organizarea, conducerea și fundamentarea activității Marketing – Cumpărări; atribuții și responsabilități; sistemul relațiilor funcționale (2 ore)</p> <p>2.2. Procesul cercetării pieței resurselor materiale. Programul marketing – cumpărări (2 ore)</p>	4	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prelegerea ▪ conversația euristică 	calculatorul (prezentarea în power –point)
3	<p>Tema nr. 3: FUNDAMENTAREA ȘI OPERAȚIONALIZAREA PLANULUI DE CUMPĂRĂRI</p> <p>3.1. Organizarea, conducerea și funcționarea activității Plan – Cumpărări; atribuții și responsabilități; sistemul relațiilor funcționale (2 ore)</p> <p>3.2. Fundamentarea planului de cumpărări; negocierea, încheierea, evidența și urmărirea derulării contractelor; strategii prețuri cumpărări și plăți furnizori (4 ore)</p> <p>3.3. Analiza eficienței procesului cumpărării (2 ore)</p>	8	<ul style="list-style-type: none"> ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic ▪ exercițiul ▪ dezbateră cu oponent imaginar 	<p>- Prezentări în power-point</p> <p>- Studii de caz</p> <p>- Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului</p>
4	<p>Tema nr. 4: GESTIUNEA STOCURILOR</p> <p>4.1. Organizarea, conducerea și funcționarea activității Stocuri; atribuții și responsabilități. Sistemul relațiilor funcționale (2 ore)</p> <p>4.2. Considerente generale privind gestiunea stocurilor (2 ore)</p> <p>4.3. Particularități ale procesului stocării resurselor materiale (2 ore)</p> <p>4.4. Fundamentarea stocurilor de materiale și echipamente pentru producție (2 ore)</p> <p>4.5. Aspecte economice privind stocurile (2 ore)</p>	10		

Bibliografie

1. Bălan, C. – *Logistica*, Editura Uranus, București, 2006
2. Bășanu, Gh., Pricop, M. – *Managementul aprovizionării și desfacerii*, ediția a 3-a, Editura Economică, București, 2006
3. Chira Robert, *Logistica marfurilor*, Vol. I și Vol. II, Editura Pro Universitaria, 2016.
4. Drăghici, C., Mihai, D., *Managementul aprovizionării și vânzării – Curs destinat studenților IFR*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
5. Drăghici, C., Mihai, D., *Managementul aprovizionării*, Editura Universitaria, Craiova, 2004
6. Drăghici, C., Mihai, D., *Managementul relațiilor cu furnizorii – Curs destinat studenților IFR*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
7. Drăghici, C., Mihai, D., *Managementul relațiilor cu furnizorii*, Editura Sitech, Craiova, 2008
8. Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar – *Business-to-business Brand Management*, Editura **Brandbuilders**, București, 2016
9. Mihai Daniela, Brutu Mădălina, *Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014

10. Patriche Iulian, <i>Canale de distribuție și logistică</i>, Editura Prouniversitaria, București, 2012 11. Udrescu M., Popescu-Cruceanu A., <i>Logistica și subsistemele logistice</i>, Editura Triatic, București, 2011 12. Van Weele, A. J., <i>Purchasing & Supply Chain Management</i>, 5th edition, Cengage Learning EMEA, 2010 13. Waters, C. D. J., <i>Logistics: An Introduction To Supply Chain Management</i>, Palgrave Macmillan, 2012				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dialogul ▪ Lucrul în grup ▪ Exercițiul ▪ Conversația euristică ▪ Dezbateră cu oponent imaginar 	<p>În cadrul primei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării</p> <p>Resurse:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prezentări în power-point pentru descrierea studiilor de caz și stimularea exercițiilor • Studii de caz
2	Organizarea și conducerea aprovizionării	2		
3	Cercetarea pieței resurselor	4		
4	Fundamentarea și operaționalizarea planului de aprovizionare	6		
5	Elaborarea și derularea programelor de aprovizionare – transport	4		
6	Gestiunea stocurilor de materiale	8		
7	Evaluare periodică	2		
Bibliografie <ol style="list-style-type: none"> 1. Bășanu, Gh., Pricop, M., Gluvcov A. – <i>Managementul aprovizionării și desfacerii – Culegere de aplicații practice, teste grilă, studii de caz</i>, Editura Economică, București, 2011 2. Chira Robert, <i>Logistica marfurilor</i>, Vol. I și Vol. II, Editura Pro Universitaria, București, 2016 3. Drăghici, C., Mihai, D., <i>Managementul aprovizionării și vânzării – Curs destinat studenților IFR</i>, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010 4. Drăghici, C., Mihai, D., <i>Managementul relațiilor cu furnizorii – Curs destinat studenților IFR</i>, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010 5. Ghiani, G., Laporte, G., Musmano, R. – <i>Introduction to Logistics Systems Planning and Control</i>, John Wiley & Sons, 2010 6. Mihai Daniela, Brutu Mădălina, <i>Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă</i>, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014 7. Patriche Iulian, <i>Canale de distribuție și logistică</i>, Editura Prouniversitaria, 2012 				

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și metodelor specifice managementului relațiilor cu furnizorii vor satisface așteptările reprezentanților angajatorilor din domeniul economic;
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților mediului de afaceri.

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none"> - corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate. 	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore): calitatea și coerența tratării celor 2 subiecte abordabile în manieră explicativ – argumentativă (20%) + un subiect de analiză și interpretare (30%)	50 %
10.5 Seminar	<ul style="list-style-type: none"> • Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. 	10%
	<ul style="list-style-type: none"> • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii. 	<ul style="list-style-type: none"> • Testare 	20%
	<ul style="list-style-type: none"> • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse. 	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluarea lucrărilor individuale și 	20%

		chestionare orală	
--	--	-------------------	--

10.6 Standard minim de performanță	<ul style="list-style-type: none"> - cunoașterea <i>organizării structurale și a principalelor componente procesuale ale activității de aprovizionare</i> dintr-o firmă; - capacitatea de <i>fundamentare, elaborare și operaționalizare a planului de aprovizionare</i>; - cunoașterea principalelor <i>metode utilizate în fundamentarea și gestiunea stocurilor de resurse materiale</i>.
------------------------------------	---

Data completării
28 septembrie 2017

Titular de curs,
Prof. univ. dr. Constantin DRĂGHICI

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
03 octombrie 2017

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Managementul calității în comerț, turism, servicii
2017-2018

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Managementul calității în comerț, turism, servicii									
2.2	Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Mihaela Diaconu									
2.3	Titularul activităților de seminar	Prof. univ. dr. Mihaela Diaconu									
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								25
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								20
Tutorat								3
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								3
3.7	Total ore studiu individual			83				
3.8	Total ore pe semestru			125				
3.9	Număr de credite			5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Studiul mărfurilor, Management, Marketing
4.2	De competențe	Capacitate de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 1 PC C.4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare – 1 PC C.5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii – 3 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu conceptul calității și cu procesul de asigurare a calității în cadrul unităților economice
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 6. Cunoașterea și înțelegerea conceptelor calitate, sistemul de management al calității, asigurarea calității, îmbunătățirea calității; 7. Operarea și interpretarea conceptelor, situațiilor și proceselor asociate sistemelor de asigurare a calității în organizații; 8. Explicarea și interpretarea diferitelor metode și tehnici de analiză și îmbunătățire a calității specifice organizațiilor 9. Realizarea de studii secvențiale de implementare a calității pentru cazuri practice bine

	definite în condiții de asistență calificată
	10. Definirea corectă a obiectului de studiu, a instrumentelor și metodelor de lucru în domeniul calității
	B. Obiective procedurale
	10. Corelarea unor experiențe practice cu unele teorii și modele privind managementul calității
	11. Identificarea unor situații concrete de aplicare a metodelor referitoare la managementul calității
	12. Folosirea teoriilor și instrumentelor referitoare managementul calității.
	C. Obiective atitudinale
	1. Capacitatea de a lucra în echipă.
	2. Cultivarea unor atitudini constructive în contexte organizaționale variate.

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	1. Calitatea, factor al competitivității organizațiilor prestatoare de servicii 1.1. Coordonatele conceptului calitate in servicii 1.2. Orientarea către client, orientarea către calitate, satisfacția clientului – obiective strategice ale managementului modern al organizațiilor prestatoare de servicii	4 1 3		
2	2. Evoluția conceptului calitate și contribuția caliticienilor la dezvoltarea sistemului calității 2.1. Evoluția în timp a modului de organizarea a calității 2.2. Contribuția caliticienilor la dezvoltarea sistemului calității	2 1 1		
3	3. Fundamentele managementului calității a. Managementul calității – concept b. Funcțiile managementului calității c. Principiile managementului calității d. Politica referitoare la calitate - cadrul conceptual e. Auditul calității	5 1 1 1 1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prelegerea ▪ exemplificarea ▪ explicația ▪ expunerea cu material suport ▪ dezbateră cu oponent imaginar 	<i>calculatorul (prezentări în power –point)</i>
4	4. Sistemul de management al calității 4.1. Sistemul de management al calității - concept, etape ale implementării, certificarea calității 4.2. Standardul și familia standardelor aplicate în dezvoltarea sistemului de management al calității 4.3. Documentația sistemului de management al calității 4.4. Particularitățile asigurării calității în domeniul serviciilor	8 1 2 3 2		
5	5. Îmbunătățirea continuă a calității în organizațiile prestatoare de servicii 5.1. Îmbunătățirea calității - preocupare permanentă a organizației modern 5.2. Metode și tehnici specifice strategiei îmbunătățirii continue 5.3. Măsuri de îmbunătățire a calității serviciilor în unitățile turistice 5.4. Modele ale excelenței în afaceri și in turism	9 2 2 3 2		
Bibliografie				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Lelia Chiru, Vasile Dinu, Antonia Cristiana Enache, Anca Gabriela Ilie, Irina Gabriela Maiorescu, Marieta Olaru, Bogdan Cristian Onete, Rodica Pamfilie, Roxana Sârbu, Violeta Simionescu, Calitate si excelenta in afaceri, Editura A.S.E., București, 2013 2. Ciobanu Varvara - Cum îmbunătățim calitatea-ghid practic, Editura Economică, 2009 3. Diaconu Mihaela- Managementul calității in comerț, turism, servicii, Editura Universității din Pitești, 2017 4. Diaconu Mihaela - Management, marketing în servicii, Editura Independenta Economica, Pitesti, 2007 5. Diaconu Mihaela- Managementul calității, Editura Universitaria , Craiova, 2011 6. Militaru Cezar, Drăguț Bogdănel, Zanfir Adriana – Management prin calitate, Editura Universitară, București, 2014 7. Olaru Marieta ș.a.- Managementul calității, suport de curs, Editura ASE, 2009-2010 8. C. Oprean, M. Țițu - Managementul calității în economia și organizația bazate pe cunoștințe, Editura AGIR, 2008 9. Pop Cecilia - Managementul calității, Editura Alfa , Iași, 2007. 				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, conținutul portofoliului de activități	1	- dialogul - dezbateră	Scurte prezentări în power-point
2	Cadrul conceptual al politicii calității	1	lucru în echipa	în power-point
3	Modalități de implementare a principalelor procese ale sistemului de management al calității - managementul relațiilor cu clienții	2	- conversația euristică	pentru stimularea exercițiului,

	- managementul resurselor umane - managementul procesului de realizare a produselor/ serviciilor			Studii de caz, Fascicole din lucrarea practică
4	Proceduri operaționale referitoare la asigurarea calității aplicate în cadrul unităților economice	4		
5	Modalități de abordare a relației cu clientul - cum aflăm ce își doresc clienții ? - cuantificarea satisfacției clientului - tehnici de investigație a calității produselor, serviciilor - procedură privind oferirea de produse, servicii de calitate de prima dată - principiile CRM	4		
6	Evaluarea furnizorilor	2		

Bibliografie

1. Lelia Chiru, Vasile Dinu, Antonia Cristiana Enache, Anca Gabriela Ilie, Irina Gabriela Maiorescu, Marieta Olaru, Bogdan Cristian Onete, Rodica Pamfilie, Roxana Sârbu, Violeta Simionescu, Calitate si excelenta in afaceri, Editura A.S.E., București, 2013
2. Ciobanu Varvara - Cum îmbunătățim calitatea-ghid practic, Editura Economică, 2009
3. Diaconu Mihaela - Management, marketing în servicii, Editura Independenta Economica, Pitesti, 2007
4. Diaconu Mihaela- Managementul calității, Editura Universitaria , Craiova, 2011
5. Militaru Cezar, Drăguț Bogdănel, Zanfir Adriana – Management prin calitate, Editura Universitară, București, 2014
6. Olaru Marieta ș.a.- Managementul calității, suport de curs, Editura ASE, 2009-2010
7. C. Oprean, M. Țițu - Managementul calității în economia și organizația bazate pe cunoștințe, Editura AGIR, 2008
8. Pop Cecilia - Managementul calității, Editura Alfa , Iași, 2007.

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și modelelor referitoare la managementul calității din domeniul comerțului, turismului, serviciilor vor satisface așteptările reprezentanților angajatorilor din domeniul economic
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților mediului de afaceri

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate	Evaluare scrisă finală	50%
10.5 Seminar	- capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate; - capacitatea de aplicare în practică	Participare activă la seminarii și realizarea portofoliului de activități Test de verificare	40% 10%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei și explicarea interdependențelor dintre ele, respectiv conceptul calitate, sistemul de management al calității, organizarea activității de asigurare a calității într-o organizație		

Data completării
22 septembrie 2017

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
03 octombrie 2017

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Analiză economico-financiară, 2017-2018

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Analiză economico-financiară									
2.2	Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Gădoiu Mihaela									
2.3	Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Gădoiu Mihaela									
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 1 PC C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 1 PC C.4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare – 2 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

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

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

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Bazele teoretice și metodologice ale analizei economico-financiare; Analiza economico – financiară : necesitate, conținut, tipuri, obiective, surse informaționale	2	Prelegerea, explicația, descrierea, exercițiul	Studentii vor fi informați cu privire la criteriile de evaluare și vor primi o bibliografie minimală cu ajutorul careia vor realiza temele de casă; Expunerea cu material suport, Studiul de caz.
2	Metode și tehnici utilizate în analiza economico-financiară	2		
3	Analiza diagnostic a activității de producție și comercializare: Analiza cifrei de afaceri. Particularități ale cifrei de afaceri în turism; Analiza producției exercițiului	3		
4	Analiza marjei comerciale; Analiza valorii adăugate	2		
5	Analiza gestiunii resurselor umane: Analiza asigurării cu personal din punct de vedere cantitativ, structural și calitativ;	3		
6	Analiza productivității muncii și a consecințelor sale economico-financiare	2		
7	Analiza cheltuielilor Analiza cheltuielilor la 1000 lei venituri	3		
8	Analiza cheltuielilor cu personalul Analiza cheltuielilor financiare	3		
9	Analiza rentabilității Analiza dinamicii și structurii rezultatelor pe baza soldurilor intermediare de gestiune Analiza structurală și factorială a profitului	3		
10	Analiza ratelor de rentabilitate Analiza rentabilității pe baza pragului de rentabilitate	2		
11	Analiza poziției financiare pe baza bilanțului Analiza dinamicii și structurii activelor Analiza dinamicii și structurii pasivelor (datoriilor și capitalurilor proprii) Analiza echilibrului financiar	3		
Bibliografie				
<ol style="list-style-type: none"> 1. M.D. Bondoc, <i>Analiza performanțelor întreprinderii</i>, Editura Sitech, Craiova, 2014 2. D. Bondoc, M. Gădoiu, <i>Analiza economico-financiară –suport de curs pentru învățământul frecvență redusă (pe support electronic)</i>, 2016 3. M. Gădoiu, <i>Perfecționarea diagnosticului financiar</i>, Ed.Universitară, București, 2015 4. I. Pană, D. Bondoc, M. Țaicu, <i>Analiză economico-financiară. Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă</i>, Editura Universității din Pitești, 2009 5. S. Petrescu, <i>Analiză și diagnostic financiar-contabil. Ghid teoretico-aplicativ</i>, Ed. CECCAR, București, ediția a III-a, 2010 				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Analiza economico- financiară: necesitate, conținut, tipuri, obiective, surse informaționale.	2	Explicații, exerciții,	În cadrul primei întâlniri se
2	Metode și tehnici utilizate în analiza economico-financiară	2		
3	Analiza diagnostic a activității de producție și comercializare: analiza cifrei de afaceri, particularități ale cifrei de afaceri in	2		

	turism,		dezbateri	stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile utilizate în evaluarea rezultatelor învățării. La rezolvarea studiilor de caz se vor utiliza minicalculatoare. Lucrare de control.
4	Analiza diagnostic a activității de producție și comercializare: analiza producției exercițiului, analiza marjei comerciale, analiza valorii adăugate	2		
5	Analiza gestiunii resurselor umane. Analiza cheltuielilor: cheltuielile la 1000 lei venituri	2		
6	Analiza rentabilității;	2		
7	Analiza ratelor de rentabilitate . Analiza poziției financiare pe baza bilanțului	2		

Bibliografie

1. M.D. Bondoc, *Analiza performanțelor întreprinderii*, Editura Sitech, Craiova, 2014
2. M. Gâdoiu, *Analiza economico-financiară –suport de curs pentru învățământul frecvență redusă (pe suport electronic)*, 2016
3. M. Gâdoiu, *Perfecționarea diagnosticului financiar*, Ed.Universitară, București, 2015
4. I.Pană, D. Bondoc, M. Țaicu, *Analiză economico-financiară. Manual universitar pentru Învățământul Frecvență Redusă*, Editura Universității din Pitești, 2009
5. S. Petrescu, *Analiză și diagnostic financiar-contabil. Ghid teoretico-aplicativ*, Ed. CECCAR, București, ediția a III-a, 2010

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Evaluare finală	Proba scrisă	50%
10.5 Seminar	Activitate seminar	Evaluarea participării studentului în timpul seminarului	20%
	Evaluare periodică	Lucrare de control	20%
	Teme de casă	Corectitudinea rezolvării temelor de casă	10%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei și explicarea dinamicii principalilor indicatori economico – financiari pe baza influenței factorilor specifici.		

Data completării
25 septembrie 2017

Titular de curs,
Lect. univ. dr. Gâdoiu Mihaela

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Gâdoiu Mihaela

Data aprobării în Consiliul departamentului,
03 octombrie 2017

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Comunicare și relații publice, 2017-2018

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Comunicare și relații publice									
2.2	Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Secară Carmen Gabriela									
2.3	Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Secară Carmen Gabriela									
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	2	3.2	din care curs	1	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	28	3.5	din care curs	14	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studii după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								15
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								18
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual			47				
3.8	Total ore pe semestru			75				
3.9	Număr de credite			3				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Noțiuni elementare de marketing
4.2	De competențe	Capacități de comunicare interpersonală, analiză, sinteză, raționament logic verbal, acuratețea ideilor expuse, corectitudine în folosirea normelor de gramatică ale limbii române.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.6. Asistență în managementul resurselor umane – 1 PC
Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor și a normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în științele economice – 1 PC CT3. Utilizarea metodelor și tehnicilor eficiente de învățare pe tot parcursul vieții, în vederea formării și dezvoltării profesionale continue – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Înșușirea tehnicilor de comunicare specifice atât individului, cât și organizațiilor, dezvoltarea abilităților de comunicare interpersonală, precum și elaborarea unor planuri, campanii complexe în domeniul relațiilor publice.
---------------------------------------	---

7.2 Obiectivele specifice	<p>A. Obiective cognitive Conștientizarea și înțelegerea complexității procesului de comunicare, prin prisma elementelor și a legăturilor dintre elemente în cadrul diverselor modele ale comunicării ; - Înțelegerea procesului de formare, atribuire și „tranzacționare” a semnificațiilor, în funcție de diversele contexte în care se desfășoară comunicarea; - Cunoașterea diferitelor categorii de semne și a situațiilor în care folosirea acestora asigură eficacitatea și eficiența comunicării; - Cunoașterea regulilor constitutive, respectiv normative ale comunicării ; - Identificarea punctelor tari și a punctelor slabe care caracterizează propriile acte de comunicare; - Înțelegerea impactului pe care îl are climatul suportiv/ de susținere asupra performanței în comunicare; - Asimilarea unui sistem adecvat de concepte din domeniul relațiilor publice.</p> <p>B. Obiective procedurale - Formarea unei obișnuințe/ practici de ascultare activă; - Formarea unui mod personal, asertiv și constructiv de vorbire, atât în sfera privată, cât și în sfera publică, atât în situații de cooperare, cât și în situații conflictuale; - Deprinderea artei de a elabora materiale scrise adecvate obiectivelor de comunicare; - Însușirea artei de a combina diverse categorii de semne în funcție de specificitatea situațiilor de comunicare ; - Cunoașterea și aplicarea principiilor care asigură o comunicare de grup eficientă; - Deprinderea artei de a pregăti și susține un discurs public; - Însușirea competenței de a realiza activități de relații publice în domeniul turismului.</p> <p>C. Obiective atitudinale - Dobândirea abilităților necesare pentru a comunica eficient în situații profesionale; - Dobândirea de către studenți a principalelor tehnici de comunicare și relații publice în vederea participării la interviul de angajare, pentru realizarea unor strategii de comunicare la nivel organizațional, pentru a realiza campanii de relații publice. - Însușirea unui comportament etic în sfera PR-ului și a publicității.</p>
---------------------------	---

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	TEMA 1 COMUNICAREA INTERUMANĂ EFICIENTĂ 1.1. Definierea comunicării; Condițiile comunicării eficiente (1 oră) 1.2. Formele comunicării: comunicarea verbală, nonverbală și paraverbală (1 oră)	2		
2	TEMA 2 PROGRAMAREA NEURO-LINGVISTICĂ	3		
3	TEMA 3 ANALIZA TRANZACȚIONALĂ 3.1. Definierea analizei tranzacționale (1 oră) 3.2. Stările de spirit (1 oră)	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prelegerea ▪ conversația euristică 	<i>calculatorul</i>
4	TEMA 4 STRATEGIA DE COMUNICARE ÎNTR-O ORGANIZAȚIE DE COMERT/TURISM/SERVICII	3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ dezbateră cu oponent imaginar 	<i>(prezentarea în power –point)</i>
5	TEMA 5 CONCEPTUL DE RELAȚII PUBLICE ȘI EVOLUȚIA ACESTORA 5.1. Noțiuni generale de relații publice (1 oră) 5.2. Departamentele și firmele de relații publice (1 oră)	2		
6	TEMA 6 CAMPANIA DE RELAȚII PUBLICE 6.1. Tipuri de campanii de relații publice (1 oră) 6.2. Derularea unei campanii de relații publice (1 oră)	2		
Bibliografie				
1	Adler, Ronald B. și Rodman, G.	- <i>Understanding Human Communication</i> , 9th edition, Oxford University Press, New York, 2006		
2	Balaban Delia Cristina, Hosu Ioan, Mucundorfeanu Meda -	- <i>PR Trend. Development and Trends in Communication</i> , Mittweida Hochschulverg, Germany, 2013		
3	Chiru, I.	- <i>Comunicarea interpersonală</i> , Editura Tritonic, București, 2009		
4	Coman, C.	- <i>Tehnici de negociere</i> , Ed. C.H. Beck, București, 2007		
5	Cmeciuc Camelia	- <i>Tendințe actuale în campaniile de relații publice</i> , Editura Polirom, 2013		

6	Dobrescu E., Botezat E.	- Dicționar de comunicare, negociere și mediere, Ed. C.H. Beck, 2007		
7	Drăgan, I.	- <i>Comunicarea. Paradigme și teorii</i> , vol. I-II, Editura RAO, București, 2007		
8	Hargie, O., Dickson, D.	- <i>Skilled Interpersonal Communication, 4th edition</i> , London and New York, 2004		
9	Prutianu, Ș.	- <i>Antrenamentul abilităților de negociere</i> , Editura Polirom, 2007		
10	Mucchielli Alex	- <i>Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare</i> , Editura Polirom, 2015		
11	Newsom, Doug	- <i>Totul despre relațiile publice</i> , Editura Polirom, Iași, 2013		
12	Popescu, S.	- <i>Tehnici de comunicare și negociere – o perspectivă psihosociologică</i> , Ed. Hamangiu, 2014		
13	Rujoiu, M.	- <i>Biblia negociatorului</i> , Editura Vidia, 2011		
14	Popescu, D., M.	- <i>Comunicare și negociere în afaceri</i> , Ed. Biblioteca, 2010		
15	Shell, G.,R.	- <i>Negocierea în avantaj</i> , Editura Codecs, București, 2007		
16	Smith, Ronald D.,	- <i>Strategic Planning for Public Relations, 2nd edition</i> , Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, Mahwah (N.J.), London, 2005		
17	Secară, C., G.	- <i>Comunicare și negociere comercială internațională –curs universitar-</i> , Editura Sitech, Craiova, 2011		
18	Secară, C., G.	- <i>Comunicare și relații publice – suport de curs pentru I.F.R. (format electronic)</i> , 2016		
19	Vasile, D.	- <i>Comunicare și negociere în afaceri</i> , Ed. ASE București, 2011.		
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor și a referatelor	2		
2	Exerciții de autocunoaștere a comportamentului, personalității și temperamentului studenților	4	- dialogul - dezbateri	
3	Susținerea unui discurs de promovare a imaginii unui produs / servicii / organizații în fața unui public - țintă	2	lucru în echipa - conversația euristică	
4	<ul style="list-style-type: none"> • Axa campaniei de relații publice ✓ Axa, sloganul, semnătura instituțională ✓ Formularea axei Studii de caz	2	-Analiza critic – constructivă a lucrărilor realizate	Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
5	Realizarea unei campanii de promovare a unui produs / serviciu / organizație pe baza elementelor de identitate vizuală	2		
6	Evaluare finală	2		
Bibliografie:				
1.	Balaban, D., Abrudan, M.	- <i>Tendențe în PR și publicitate, planificare strategică și instrumente de comunicare</i> , Editura Tritonic, București, 2008		
2.	Balaban, D.	- <i>Comunicare mediatică</i> , Ed. Tritonic, București, 2009		
3.	Balaban, C., D., Hosu, I, Mucundorfeanu, M.	- <i>PR Trend. Development and Trends in Communication</i> , Mittweida Hochschulverg, Germany, 2013		
4.	Dagenais, B.	- <i>Campania de relații publice -</i> , Editura Polirom, Iași, 2008		
5.	Choen, H.	- <i>Arta de a negocia</i> , Editura Humanitas, București, 2007;		
6.	Curry, J., E.	- <i>Negocieri internaționale în afaceri</i> , Editura Teora, București, 2000;		
7.	Joannes, A.	- <i>Comunicarea prin imagini</i> , Editura Polirom, Iași, 2009		
8.	Mucchielli, A.,	- <i>Comunicarea în instituții și organizații</i> , Editura Polirom, Iași, 2008		
9.	Minulescu, M.,	- <i>Comunicare organizațională</i> , Editura Fundației România de Măine, București, 2004;		
10.	Pânișoară, I., O.	- <i>Comunicarea eficientă</i> , Editura Polirom, Iași, 2006		
11.	Popescu, S.,	- <i>Tehnici de comunicare și negociere – o perspectivă psihosociologică</i> , Ed. Hamangiu, 2014		
12.	Secară, C., G.	- <i>Comunicare și relații publice – suport de curs pentru I.F.R. (format electronic)</i> , 2016		
13.	Secară, C.,G.	- <i>Comunicare și negociere comercială internațională – curs universitar-</i> , Editura Sitech, Craiova, 2011		
14.	Tudor, D.	- <i>Relații publice în mediul internațional – curs universitar</i> , Editura SNSPA, București, 2006		

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare scrisă în timpul semestrului; - Evaluare finală.	30 % 10%
10.5 Seminar	-participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă.	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog. - Prezentarea orală a temei de casă; - Chestionare orală.	30% 30%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul comunicării și relațiilor publice 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Comunicare și relații publice" 3. Capacitatea de a aplica cunoștințele dobândite în realizarea unei campanii de relații publice.		

Data completării
23 septembrie 2017

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
03 octombrie 2017

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Tehnica operațiunilor de turism
anul universitar: 2017 - 2018

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Tehnica operațiunilor de turism									
2.2	Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Cristina MICU									
2.3	Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Cristina MICU									
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	A

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								17
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual			69				
3.8	Total ore pe semestru			125				
3.9	Număr de credite			5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Economia turismului, Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector - Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea clasică a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii.

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 2 PC C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 1 PC C.4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu terminologia operațiunilor de turism, cunoașterea modelelor de organizare și conducere a diferiților operatori din sectorul turistic (agenții de turism, tour-operatori, hoteluri, restaurante, transportatori), formarea abilităților profesionale în domeniul turismului.
7.2 Obiectivele specifice	A. <u>Obiective cognitive</u> 11. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte specifice activității turistice desfășurate de operatorii din turism; 12. Descrierea modalităților de concepere a produsului turistic și a tehnicilor de comercializare; 13. Explicarea și interpretarea fluxurilor și a tehnicilor de comercializare diferențiat după natura produselor turistice. 14. Cunoașterea modalităților de contractare a serviciilor turistice, precum și a modalităților de plată.

	<p>B. Obiective procedurale</p> <p>13. Fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare;</p> <p>14. Identificarea unor situații concrete de aplicare a principiilor specifice operațiunilor de turism;</p> <p>15. Analiza relațiilor dintre consumatorii și furnizorii serviciilor turistice;</p> <p>16. Utilizarea unor metode de determinare a tarifelor pentru transportul turistic;</p> <p>17. Realizarea unor programe turistice și întocmirea documentelor necesare realizării acestora.</p> <p>C. Obiective atitudinale</p> <p>4. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în domeniul turismului;</p> <p>5. Cooperarea în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor activități desfășurate de firmele de turism;</p> <p>6. Formarea unei atitudini pozitive față problemele consumatorilor de turism.</p>
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Componente și operatori în dezvoltarea turismului Componentele dezvoltării turismului Principalii operatori în dezvoltarea turismului	2		
2	Modele de organizare și conducere a firmelor de turism 2.1. Dimensiunea orizontală a structurii organizatorice 2.2. Dimensiunea verticală a structurii organizatorice 2.3. Aplicabilitatea yield managementului în industria turismului 2.4. Abordări ale performanțelor firmelor de turism	3		
3	Agenția de turism – concept, tipologie și reglementări 3.1. Agenția de turism – concept și funcții 3.2. Tipologia agențiilor de turism 3.3. Tipologia rețelelor de agenții de turism 3.4. Reglementări privind agențiile de turism din România	2		
4	Structura tehnică a unei agenții de turism 4.1. Organizarea internă a agenției de turism 4.2. Personalul agenției de turism 4.3. Documente utilizate de către agențiile de turism	2		
5	Mediul agențiilor de turism și operațiunile lor 5.1. Principalele activități ale agenției de turism 5.2. Strategiile agenției de turism 5.3. Mediul intern al agențiilor de turism 5.5. Mediul extern al agențiilor de turism	2		
6	Touoperatorii și produsele lor 6.1. Touoperatorul – concept și funcții 6.2. Tipuri de produse oferite de touoperatori 6.3. Strategii de activitate ale touoperatorilor 6.4. Turismatica – evoluția și implicațiile sale în dezvoltarea turismului	3		
7	Distribuția și comercializarea produselor turistice 7.1. Distribuția în turism – concept și caracteristici 7.2. Etapele comercializării produselor turistice 7.3. Modalități de promovare a produselor turistice 7.4. Strategii de comercializare a produselor turistice	2		
8	Asigurarea și protecția turistului 8.1. Conceptul de asigurare în turism 8.2. Tipuri de asigurări în turism 8.3. Asigurarea personală a turiștilor 8.4. Asigurarea bunurilor turiștilor	2		
9	Transportatorii aeriene 9.1. Tipologia curselor aeriene pentru pasageri 9.2. Structura cheltuielilor în transportul aerian 9.3. Sisteme de rezervări în transportul aerian 9.4. Curse aeriene low-cost – caracteristici și condiții de călătorie	2		
10	Alte forme de transport turistic 10.1. Transportul turistic rutier 10.2. Transportul turistic feroviar 10.3. Transportul turistic maritim și naval	3		
11	Contracte de intermediere și asociere în turism 11.1. Contracte de intermediere în turism 11.2. Contracte de asociere în turism	3		

- prelegerea
- exemplificarea
- expunerea cu material suport
- explicația
- dezbaterile cu oponent imaginari

*calculatorul
(prezentarea în
power –point)*

- Scurte
prezentări în
power-point
pentru
stimularea
exercițiului

12	Operațiuni și instrumente de plată în turism 12.1. Cecul de călătorie 12.2. Voucherul 12.3. Ratele de rentabilitate specifice agenției de turism	2	
----	---	---	--

Bibliografie

1. Bobâlcă, Claudia, Țugulea, Oana, Maha, Andreea, Maha, Liviu George, *Internetul și agențiile de turism. Ce aleg tinerii turiști?*, Editura Universitară, 2014.
2. Cristureanu, Cristiana, *Strategii și tranzacții în turismul internațional*, Editura C.H. Beck, București, 2006.
3. Glăvan, Vasile, Nicula, Virgil, Copetchi, Virgil, *Agenția de turism: înființare, organizare, management, activitate, operații*, Editura Pro Universitaria, București, 2011.
4. Micu Cristina, *Tehnica operațiunilor de turism - suport de curs pentru învățământul frecvență redusă* (pe suport electronic), 2016.
5. Stănciulescu, Gabriela, Micu, Cristina, *Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz*, Editura C.H. Beck, București, 2009.
6. Stănciulescu, Gabriela, *Managementul operațiunilor în turismul de evenimente*, Editura ASE, București, 2010.
7. Stănciulescu Gabriela, State Olimpia, *Tehnica operațiunilor de turism intern și internațional*, Editura C.H. Beck, București, 2013
8. Stănciulescu, Gabriela, *Managementul agenției de turism*, Ediția a III-a, Editura ASE, București, 2013.
9. Timothy Lee, Stănciulescu, Gabriela, *Practical principles in the tourism and hotel industry*, Editura ASE, București, 2011.

8.2. Seminar: Aplicații		Nr. ore	Metode de predare	Observații
1.	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, prezentarea structurii temei de casă și distribuirea temelor	2	Expunere Problematizare Exerciții de reflecție Dezbateri Explicație	Lucrul în echipă Prezentări proiecte Calculi economice Studii de caz Test de verificare
2.	Modele de organizare a firmelor de turism.	2		
3.	Mediul agențiilor de turism. Documente utilizate de agenția de turism.	2		
4.	Fișa de prezentare a agenției de turism.	2		
5.	Cota de piață a agenției de turism. Determinarea prețului de vânzare a produsului turistic.	2		
6.	Conceperea și comercializarea unui produs turistic intern și internațional.	2		
7.	Touroperatorii. Studii de caz pe touroperatorii aparținând diferitelor zone geografice.	2		
8.	Documente folosite în serviciile de transport aerian.	2		
9.	Garanția contractuală în cadrul unui contract încheiat între agenția de turism și hotel.	2		
10.	Tarife de transport aerian. Companii aeriene low-cost.	2		
11.	Sisteme de rezervări utilizate în turism	2		
12.	Analiza principalilor indicatori financiari ai agenției de turism.	2		
13.	Modele de contracte și vouchere	2		
14.	Evaluare finală	2		

Bibliografie:

1. Ban, Olimpia, *Tehnica operațiunilor de turism*, Universitatea din Oradea, 2010.
2. Bobâlcă, Claudia, Țugulea, Oana, Maha, Andreea, Maha, Liviu George, *Internetul și agențiile de turism. Ce aleg tinerii turiști?*, Editura Universitară, 2014.
3. Buruiiană, Gianina, *Politici macroeconomice în turism*, Editura Uranus, București, 2008.
4. Glăvan, Vasile, Nicula, Virgil, Copetchi, Virgil, *Agenția de turism: înființare, organizare, management, activitate, operații*, Editura Pro Universitaria, București, 2011
5. Micu Cristina, *Tehnica operațiunilor de turism - suport de curs pentru învățământul frecvență redusă* (pe suport electronic), 2016.
6. Stănciulescu, Gabriela, Pantelescu, Andreea Marin, *Tehnica operațiunilor de turism. Studii de caz și probleme*, Editura ASE, 2008
7. Stănciulescu, Gabriela, Micu, Cristina, *Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz*, Editura C.H. Beck, București, 2009.
8. Stănciulescu, Gabriela, *Managementul agenției de turism*, Ediția a III-a, Editura ASE, București, 2013.
9. Stănciulescu Gabriela, State Olimpia, *Tehnica operațiunilor de turism intern și internațional*, Editura C.H. Beck, București, 2013
10. Stepan Aurel, *Evoluția și stadiul actual al sistemelor informatice de rezervare hotelieră*, Timișoara, 2009
11. www.anat.ro
12. <http://www.amadeus.net/plnext/meb/HomePageDispatcher.action?SITE=BCEUBCEU&LANGUAGE=GB>
13. <http://www.reservationseurope.com/hotel/czech/prague/galileo-hotel.html?gclid=CNWB07zHzZ0CFcQsZaodG3t9uA>
14. www.travelocity.com

15. www.travelweb.com16. www.enquest.com

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și teoriilor însușite la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților comunității academice din domeniul turismului.
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniul Administrarea Afacerilor în turism.

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore)	10 %
10.5 Seminar	<ul style="list-style-type: none"> • Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii. • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea temei de casă și chestionare orală 	<p>20%</p> <p>30%</p> <p>40%</p>
10.6 Standard minim de performanță	<p>1. Cunoașterea principalelor concepte specifice operațiunilor de turism.</p> <p>2. Realizarea unui program turistic și întocmirea analizei de preț.</p>		

Data completării
30 septembrie 2017

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
03 octombrie 2017

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Tehnologie hotelieră și de restaurant
anul universitar: 2017 – 2018

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei		Tehnologie hotelieră și de restaurant								
2.2	Titularul activităților de curs		Lect. univ. dr. Cristina MICU								
2.3	Titularul activităților de seminar		Lect. univ. dr. Cristina MICU								
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								28
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								36
Tutorat								3
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								5
3.7	Total ore studiu individual			94				
3.8	Total ore pe semestru			150				
3.9	Număr de credite			6				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Economia turismului, Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii, Tehnica operațiunilor de turism
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoprojector - Dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea clasică a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii.

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 1 PC C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 1 PC C.4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare – 1 PC C.5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC
Competențe transversale	CT2. Cooperarea eficientă în echipe de lucru profesionale, interdisciplinare, specifice desfășurării proiectelor și programelor din domeniul științelor economice – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Abordarea pragmatică a activităților de prestare propriu-zisă a serviciilor hoteliere și de restaurație; cunoșterea teoriilor și metodelor de bază cu privire la industria ospitalității; conceperea și comercializarea de produse și servicii hoteliere și de restaurație atractive.
7.2 Obiectivele specifice	<p><u>A. Obiective cognitive</u></p> <p>15. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte specifice serviciilor hoteliere și de restaurație;</p> <p>16. Cunoașterea trăsăturilor caracteristice unităților de primire turistică și de alimentație publică.</p> <p>17. Identificarea adecvată a conceptelor legate de planificarea, organizarea, coordonarea și controlul activității resurselor umane în hotelărie și restaurație.</p> <p>18. Cunoașterea formelor de asociere a afacerilor în hotelărie și restaurație.</p> <p><u>B. Obiective procedurale</u></p>

	<p>18. Explicarea modalității de organizare și funcționare a unităților din industria hotelieră și de restaurație;</p> <p>19. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice industriei ospitalității;</p> <p>20. Analiza relațiilor dintre consumatorii și furnizorii serviciilor turistice;</p> <p>21. Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme specifice asigurării calității în hotelărie și restaurație.</p> <p>C. Obiective atitudinale</p> <p>7. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în hotelărie și restaurație;</p> <p>8. Cooperarea în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor activități desfășurate de firmele de turism;</p> <p>9. Manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de serviciile hoteliere și de restaurație.</p>
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Teorii și componente ale industriei ospitalității Industria ospitalității – definire și dimensiuni Industria hotelieră Industria restaurației – concept, caracteristici și componente	3		
2	Infrastructura de bază în industria ospitalității 2.1. Norme, sisteme, reguli și reglementări ale clasificării capacității de cazare 2.3. Criterii de clasificare a hotelurilor 2.4. Alternative de cazare turistică 2.5. Norme, sisteme, reguli și reglementări ale clasificării capacității de servire în restaurație 2.6. Alte forme de servire în restaurație 2.7. Cateringul – formă de manifestare a industriei restaurației	3		
3	Organizarea și funcționarea unităților din industria hotelieră 3.1. Criterii de clasificare a activităților specifice unui hotel 3.2. Organizarea hotelurilor pe departamente 3.3. Departamentul cazare	3		
4	Organizarea și funcționarea unităților de alimentație publică 4.1. Organizarea interioară clasică a unui restaurant 4.2. Spații de producție și anexe 4.3. Amenajarea spațiului de servire 4.4. Meniul și metodele de servire ale acestuia 4.5. Evenimente bazate pe prestarea serviciilor de alimentație	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prelegerea ▪ exemplificarea ▪ expunerea cu material suport ▪ explicația ▪ dezbaterile cu oponent imaginar 	calculatorul (prezentări în power – point)
5	Resurse umane în hotelărie și restaurație 5.1. Personalul hotelier 5.2. Personalul din alimentație	3		
6	Tehnici de stabilire a prețurilor în hotelărie și restaurație 6.1. Conceptul de politică de preț și modalitățile de implementare în industria ospitalității 6.2. Tehnici de stabilire a tarifului de camera 6.3. Tehnici de stabilire a prețurilor meniurilor oferite de restaurante	3		
7	Yield managementul în hotelărie și restaurație 7.1. Aplicabilitatea conceptului de Yield Management în sectorul hotelier 7.2. Strategii de optimizare a veniturii și a gradului de ocupare hotelieră 7.3. Yield Managementul în restaurație	3		
8	Gastronomia și oenologia în afacerile din industria ospitalității 8.1. Conceptul de turism gastronomic 8.2. Profilul turistului culinar 8.3. Instituții și organizații guvernamentale și neguvernamentale implicate în promovarea turismului gastronomic 8.4. Gastronomia și oenologia românească	2		
9	Forme de asociere a afacerilor în hotelărie și restaurație 9.1. Hotelurile tip exploatare individuală 9.2. Lanțurile hoteliere voluntare 9.3. Lanțurile hoteliere integrate 9.4. Lanțuri de restaurante	3		
10	Franciza în afacerile hoteliere și de restaurație 10.1. Franciza – concept și tipologie 10.2. Contractul de franciză hotelieră și de restaurație	3		

	10.3. Franciza în domeniul hotelier			
	10.4. Franciza în domeniul restaurației			
Bibliografie				
	10. Baker, Sue, Bradley, Pam, Huyton, Jeremy, <i>Principiile operațiunilor de la recepția hotelului</i> , Ediția a-II-a, Editura C.H. Beck, București, 2007.			
	11. Caramidă Cristian, <i>Brandul ospitalității. Volumul I</i> , Editura Brandmark, 2011.			
	12. Florea, Constantin, <i>Manualul practic al ospătarului</i> , Colecția 25 THR, 2010.			
	13. Gabor, Manuela Rozalia, Oltean, Flavia, <i>Produce inovative în turismul national și international</i> , Editura C.H. Beck, 2015.			
	14. Iunius, Ray F., Fraenkel, Stefan, <i>Hotellerie de lux. Productivitate, calitate, rentabilitate</i> , Editura De Boeck, 2009.			
	15. Lupu, Nicolae, <i>Hotelul. Economie și management. Ediția a VI a</i> , Editura C.H. Beck, București, 2010.			
	16. Micu Cristina, <i>Tehnologie hotelieră și de restaurant - suport de curs pentru învățământul frecvență redusă</i> (pe suport electronic), 2016.			
	17. Stavrositu, Stere, <i>Ospitalitatea în turismul românesc, Secolele XIX, XX, XXI, Vacanțe plăcute în stațiunile din România</i> , Editura Arta serviciilor în turism, Constanța, 2010.			
	18. Stavrositu, Stere, <i>Managementul calității serviciilor și ospitalitatea în restaurante, gastronomie, hoteluri</i> , Editura Polirom, 2014.			
	19. Stănciulescu, Gabriela, Jugănar, Dănuț, <i>Animația și animatorul în turism</i> , Editura Uranus, București, 2006.			
	20. Stănciulescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz</i> , Editura C.H. Beck, București, 2009.			
	21. Stănciulescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație</i> , Editura C.H. Beck, București, 2012.			
	22. Stănciulescu, Gabriela, <i>Managementul operațiunilor în turismul de evenimente</i> , Editura ASE, București, 2010.			
	23. Timothy Lee, Stănciulescu, Gabriela, <i>Practical principles in the tourism and hotel industry</i> , Editura ASE, București, 2011.			
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
15.	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, prezentarea structurii temei de casă și distribuirea acestora.	2		
16.	Prezentarea și comentarea Ordinului 65/2013 pentru aprobarea normelor metodologice privind eliberarea certificatelor de clasificare a structurilor de primire turistice cu funcțiuni de cazare și alimentație publică.	2		
17.	Organizarea și funcționarea unităților de cazare.	2		Lucrul în echipă
18.	Ratele de ocupare în cadrul unui hotel.	2		
19.	Tehnici de stabilire a tarifului de cameră	2		Prezentare temă de casă
20.	Indicatori de management specifici serviciilor de alimentație publică	2	Expunere Problematizare	
21.	Tehnici de stabilire a prețurilor în restaurație - Prețul de vânzare și analiza vânzărilor în alimentație	2	Exerciții de reflecție	
22.	Tehnici de stabilire a prețurilor în restaurație – Aplicarea principiului pentru toți	2	Dezbateri	Calcul economic
23.	Studiu privind deschiderea unei unități de cazare și de alimentație publică	2	Explicație	Studii de caz Test de verificare
24.	Sisteme de rezervări și documente utilizate în industria hotelieră	2		
25.	Funcțiile și atribuțiile personalului hotelier și din restaurante	2		
26.	Lanțuri hoteliere – clasamente la nivel european și mondial	2		
27.	Lanțuri de restaurante - clasamente la nivel european și mondial	2		
28.	Tipuri de contracte utilizate în industria hotelieră și de restaurație	2		
Bibliografie:				
	1. Băbăiță Carmen, <i>Cateringul ca afacere</i> , Editura Mirton, Timișoara, 2010.			
	2. Baker, Sue, Bradley, Pam, Huyton, Jeremy, <i>Principiile operațiunilor de la recepția hotelului</i> , Ediția a-II-a, Editura C.H. Beck, București, 2007			
	3. Buruiană, Gianina, <i>Politici macroeconomice în turism</i> , Editura Uranus, București, 2008.			
	4. Florea, Constantin, <i>Manualul practic al ospătarului</i> , Colecția 25 THR, 2010.			
	5. Micu Cristina, <i>Tehnologie hotelieră și de restaurant - suport de curs pentru învățământul frecvență redusă</i> (pe suport electronic), 2016			
	6. Lupu, Nicolae, <i>Hotelul. Economie și management. Ediția a VI a</i> , Editura C.H. Beck, București, 2010.			
	7. Lupu, Nicolae, <i>Strategia de concentrare a întreprinderilor de turism</i> , Editura Economică, București, 2003.			
	8. Stavrositu, Stere, <i>Managementul calității serviciilor și ospitalitatea în restaurante, gastronomie, hoteluri</i> , Editura Polirom, 2014.			
	9. Stănciulescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz</i> , Editura C.H. Beck, București, 2009.			

10.	Stănciulescu, Gabriela, Micu, Cristina, <i>Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație</i> , Editura C.H. Beck, București, 2012.
11.	*** Database MKG Hospitality Martie 2016
12.	*** Ordinul 65/2013 privind eliberarea certificatelor de clasificare, a licențelor și brevetelor de turism.
13.	www.hospitalitynet.org
14.	www.horeca.ro
15.	http://www.hotelcon.com/
16.	www.mturism.ro

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și teoriilor însușite la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților comunității academice din domeniul hotelăriei și restaurației.
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniul hotelăriei și restaurației.

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore)	50 %
10.5 Seminar	<ul style="list-style-type: none"> • Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii. • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea temei de casă și chestionare orală 	<p>10%</p> <p>20%</p> <p>20%</p>
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea principalelor concepte specifice operațiunilor de hotelărie și restaurație Cunoașterea și aplicarea tehnicilor de determinare a tarifelor în restaurație și hotelărie		

Data completării
30 septembrie 2017

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului, Director de departament,
03 octombrie 2017 (prestator)

Conf. univ. dr. Daniela Mihai

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

FIȘA DISCIPLINEI
Managementul relațiilor cu clienții în comerț, turism, servicii
anul universitar: 2017 - 2018

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Managementul relațiilor cu clienții în comerț, turism, servicii									
2.2	Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Constantin DRĂGHICI									
2.3	Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Daniela MIHAI									
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Management, Marketing, Economia întreprinderii, Managementul relațiilor cu furnizorii în comerț, turism, servicii
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 1 PC C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 2 PC C.6. Asistență în managementul resurselor umane – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu fundamentele teoretice și metodologice ale vânzării de bunuri și servicii și formarea deprinderilor practice necesare realizării vânzării producției în cele mai bune condiții, cu maximă rentabilitate.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 19. Definirea corectă a obiectului de studiu al <i>managementului relațiilor cu clienții</i> și corelarea cu celelalte discipline; 20. Cunoașterea particularităților diferitelor modalități de organizare, coordonare și conducere a activităților specifice de vânzare a produselor/serviciilor întreprinderii de comerț, turism, servicii; 21. Cunoașterea, fundamentarea și interpretarea indicatorilor care definesc conținutul planului de vânzare; 22. Cunoașterea, înțelegerea și interpretarea diferitelor tipuri de stocuri utilizate în

	<p>practica vânzării din întreprinderile de comerț, turism, servicii și a metodelor de dimensionare a acestora;</p> <p>23. Cunoașterea operațiunilor clasice care compun procesele de primire, depozitare și eliberare din gestiune a mărfurilor.</p> <p>B. Obiective procedurale</p> <p>22. Identificarea oportunităților de aplicare a diferitelor modalități de organizare, coordonare și conducere a activităților specifice de vânzare a produselor/serviciilor întreprinderii de comerț, turism, servicii;</p> <p>23. Formarea abilităților necesare derulării unei riguroase și amănunțite cercetări asupra pieței consumului final;</p> <p>24. Formarea abilităților necesare fundamentării și operaționalizării planului și programelor de vânzare la nivelul întreprinderii de comerț, turism, servicii;</p> <p>25. Însușirea de către studenți a abilităților necesare coordonării și operaționalizării centrelor de comercializare și servicii;</p> <p>26. Dezvoltarea capacității studentului de a percepe rolul și importanța analizei eficienței proceselor specifice vânzării.</p> <p>C. Obiective atitudinale</p> <p>1. Capacitatea de a lucra în echipă;</p> <p>2. Respectarea normelor de deontologie ale profesiei de manager;</p> <p>3. Cultivarea unor atitudini constructive în contexte organizaționale variate.</p>
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	<p>Tema nr. 1: ORGANIZAREA ȘI CONDUCEREA ACTIVITĂȚII RELAȚII CU CLIENȚII</p> <p>1.1. Importanța, locul și rolul Departamentului <i>Relații cu clienții</i> în structura sistemului funcțional al întreprinderii (1 oră)</p> <p>1.2. Organizarea structurală și procesuală a Departamentului <i>Relații cu clienții</i> (1 oră)</p> <p>1.3. Conducerea activităților Departamentului <i>Relații cu clienții</i> (1 oră)</p> <p>1.4. Atribuții și responsabilități ale Departamentului <i>Relații cu clienții</i>; sistemul relațiilor funcționale (1 oră)</p>	4		
2	<p>Tema nr. 2: FACTORII MEDIULUI DE LUCRU ȘI COMPONENTELE PROCESUALE ALE DEPARTAMENTULUI RELAȚII CU CLIENȚII</p> <p>2.1. Factorii mediului de lucru și influențe asupra sistemului <i>Relații cu clienții</i>; componentele procesuale (2 ore)</p>	2		
3	<p>Tema nr. 3: ACTIVITATEA MARKETING – VÂNZĂRI</p> <p>3.1. Organizarea și conducerea activității <i>Marketing – vânzări</i> (1 oră)</p> <p>3.2. Atribuții și responsabilități ale Compartimentului <i>Marketing – vânzări</i>; sistemul relațiilor funcționale (1 oră)</p> <p>3.3. Procesul cercetării pieței consumului; programul <i>marketing – vânzări</i> (1 oră)</p>	3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic ▪ exercițiul ▪ dezbateră cu oponent imaginar 	<p><i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i></p> <p>- Prezentări în power-point</p> <p>- Studii de caz</p> <p>- Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului</p>
4	<p>Tema nr. 4: FUNDAMENTAREA ȘI OPERAȚIONALIZAREA PLANULUI ȘI PROGRAMELOR DE VÂNZĂRI</p> <p>4.1. Organizarea și conducerea activității <i>Plan – vânzări</i> (1 oră)</p> <p>4.2. Fundamentarea planului și a programelor de vânzări pentru produse finite și piese schimb (1 oră)</p> <p>4.3. Urmărirea realizării și derulării programelor de vânzări produse fabricate (1 oră)</p>	3		
5	<p>Tema nr. 5: NEGOCIEREA ȘI ÎNCHEIEREA CONTRACTELOR ECONOMICE ÎN PROCESUL VÂNZĂRII</p> <p>5.1. Organizarea și conducerea Compartimentului <i>Negociere – încheiere contracte</i>; atribuții și responsabilități (1 oră)</p> <p>5.2. Particularități ale procesului <i>negocierii și încheierii contractelor economice în domeniul vânzării</i> (2 ore)</p>	3		
6	<p>Tema nr. 6: EVIDENȚA ȘI URMĂRIREA DERULĂRII CONTRACTELOR; ANALIZA EFECTELOR ȘI EFICIENȚEI PROCESULUI COMERCIAL ÎN RELAȚIILE CU CLIENȚII</p> <p>6.1. Organizarea, conducerea și desfășurarea activității Compartimentului <i>Evidență, urmărire – derulare contracte, analiză efecte comerciale – eficiență</i> (2 ore)</p> <p>6.2. Analiza efectelor și eficienței procesului comercial în relațiile cu clienții (2 ore)</p>	4		

7	Tema nr. 7: FACTURAREA, OPERAREA, EVIDENȚA VÂNZĂRILOR ȘI ÎNCASAREA CONTRAVALORII MĂRFURILOR 7.1. Organizarea, conducerea și funcționarea Compartimentului <i>Facturare – operare evidență vânzări, încasare – urmărire recuperare creanțe</i> (3 ore)	3		
8	Tema nr. 8: PROCESUL DEPOZITĂRII MĂRFURILOR, PREGĂTIRII PENTRU VÂNZARE – LIVRARE, COLECTĂRII ȘI VALORIFICĂRII AMBALAJELOR ȘI RESURSELOR SECUNDARE 8.1. Organizarea și conducerea sistemului <i>depozitării mărfurilor, pregătirii pentru vânzare – livrare, colectării și valorificării ambalajelor și resurselor secundare</i> ; atribuții și responsabilități (2 ore) 8.2. Particularități ale procesului <i>depozitării mărfurilor, pregătirii pentru vânzare – livrare, colectării și valorificării ambalajelor și resurselor secundare, distribuției fondului de marfă</i> (2 ore)	4		
9	Tema nr. 9: ACTIVITATEA TRANSPORT – ASIGURĂRI – EXPEDIȚII MĂRFURI 9.1. Organizarea și conducerea sistemului <i>Transport – asigurări – expediții mărfuri</i> ; atribuții și responsabilități; sistemul relațiilor funcționale (1 oră) 9.2. Gestiunea curentă; optimizarea transporturilor de mărfuri (1 oră)	2		
Bibliografie				
14. Bălan, C. – <i>Logistica</i> , Editura Uranus, București, 2006				
15. Bășanu, Gh., Pricop, M. – <i>Managementul aprovizionării și desfacerii</i> , ediția a 3-a, Editura Economică, București, 2006				
16. Blythe, J. – <i>Managementul vânzărilor și al clienților cheie</i> , Editura Codecs, București, 2005				
17. Brutu M., <i>Tehnici de vânzări</i> , Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010				
18. Brutu, M. – <i>Managementul vânzărilor</i> , Editura Sitech, Craiova, 2009				
19. Chira Robert, <i>Logistica mărfurilor</i> , Vol. I și Vol. II, Editura Pro Universitaria, 2016.				
20. Drăghici, C., <i>Managementul relațiilor cu clienții</i> , Editura Sitech, Craiova, 2008				
21. Drăghici, C., Mihai, D., <i>Managementul aprovizionării și vânzării – Curs destinat studenților IFR</i> , Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010				
22. Drăghici, C., Mihai, D., Micu, C. – <i>Curs de managementul relațiilor cu clienții – destinat studenților IFR</i> , Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010				
23. Duncan Todd – <i>Exceleța în vânzări</i> , Editura Amaltea, București, 2015				
24. Gallo Carmine – <i>Experiența APPLE - Secretele construirii unei relații pe termen lung cu clienții</i> , Editura Amaltea, București, 2015				
25. Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar – <i>Business-to-business Brand Management</i> , Editura Brandbuilders , București, 2016				
26. Mihai Daniela, Brutu Mădălina, <i>Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă</i> , Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014				
27. Patriche Iulian, <i>Canale de distribuție și logistică</i> , Editura Prouniversitaria, București, 2012				
28. Udrescu M., Popescu-Cruceanu A., <i>Logistica și subsistemele logistice</i> , Editura Triatonic, București, 2011				
29. Van Weele, A. J., <i>Purchasing & Supply Chain Management</i> , 5 th edition, Cengage Learning EMEA, 2010				
30. Waters, C. D. J., <i>Logistics: An Introduction To Supply Chain Management</i> , Palgrave Macmillan, 2012				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor	2		
2	Organizarea și conducerea procesului vânzării	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dialogul ▪ Lucrul în grup ▪ Exercițiul ▪ Conversația euristică ▪ Dezbateră cu oponent imaginar 	<p>În cadrul primei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării</p> <p><i>Resurse:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Prezentări power-point pentru descrierea studiilor de caz și stimularea exercițiilor • Studii de caz
3	Cercetarea pieței	2		
4	Fundamentarea și operaționalizarea planului de vânzări	2		
5	Evaluare periodică	1		
6	Elaborarea și derularea programelor de vânzare – transport mărfuri	2		
7	Gestiunea stocurilor de produse finite	2		
8	Primirea, depozitarea și eliberarea din gestiune a mărfurilor	1		

Bibliografie

8. Bășanu, Gh., Pricop, M., Gluvacov A. – *Managementul aprovizionării și desfacerii – Culegere de aplicații practice, teste grilă, studii de caz*, Editura Economică, București, 2011
9. Blythe, J. – *Managementul vânzărilor și al clienților cheie*, Editura Codecs, București, 2005
10. Brutu M., *Tehnici de vânzări*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
11. Brutu, M. – *Managementul vânzărilor*, Editura Sitech, Craiova, 2009
12. Chira Robert, *Logistica marfurilor*, Vol. I și Vol. II, Editura Pro Universitaria, București, 2016
13. Donaldson B. – *Managementul vânzărilor*, Editura Codecs, București
14. Drăghici, C., Mihai, D., *Managementul aprovizionării și vânzării – Curs destinat studenților IFR*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
15. Drăghici, C., Mihai, D., Micu, C. – *Curs de managementul relațiilor cu clienții – destinat studenților IFR*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
16. Ghiani, G., Laporte, G., Musmano, R. – *Introduction to Logistics Systems Planning and Control*, John Wiley & Sons, 2010
17. Heiman, S.E., Sanchez, D. – *The new strategic selling*, London: Kogan Page, 2012
18. Mihai Daniela, Brutu Mădălina, *Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014
19. Patriche Iulian, *Canale de distribuție și logistică*, Editura Prouniversitaria, 2012
20. Udrescu M., Popescu-Cruceanu A., *Logistica și subsistemele logistice*, Editura Triatonic, București, 2011
21. Waters, C. D. J. – *Logistics: An Introduction To Supply Chain Management*, Palgrave Macmillan, 2013

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și metodelor specifice managementului vânzării vor satisface așteptările reprezentanților angajatorilor din domeniul comerțului, turismului și serviciilor;
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților mediului de afaceri.

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore): calitatea și coerența tratării celor 2 subiecte abordabile în manieră explicativ – argumentativă (20%) + un subiect de analiză și interpretare (30%)	50 %
10.5 Seminar	<ul style="list-style-type: none"> • Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminar. • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală 	<p>10%</p> <p>20%</p> <p>20%</p>
10.6 Standard minim de performanță	<ul style="list-style-type: none"> - cunoașterea <i>organizării structurale și a principalelor componente procesuale ale activității vânzări</i> dintr-o firmă; - capacitatea de <i>fundamentare, elaborare și operaționalizare a planului de vânzări</i>; - cunoașterea principalelor <i>metode utilizate în fundamentarea și gestiunea stocurilor de produse finite</i> 		

Data completării
26 septembrie 2017

Titular de curs,
Prof. univ. dr. Constantin DRĂGHICI

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
03 octombrie 2017

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

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

FIȘA DISCIPLINEI
Tehnici promoționale în comerț, turism și servicii
anul universitar: 2017 – 2018

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Tehnici promoționale în comerț, turism și servicii									
2.2	Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Cristina MICU									
2.3	Titularul activităților de seminar / proiect	Lect. univ. dr. Loredana TUȚĂ									
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	1	3.3	S / L / P	1 + 1
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care curs	14	3.6	S / L / P	14 + 14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii/proiecte, teme, referate, portofolii, eseuri								18
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual			58				
3.8	Total ore pe semestru			100				
3.9	Număr de credite			4				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiectormarker
5.2	De desfășurare a seminarului/proiectului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii/ proiecte

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 2 PC C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 1 PC C.4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Înșușirea de către studenți a principalelor metode și tehnici promoționale, elaborarea de programe de publicitate eficiente; elaborarea și operaționalizarea de programe de publicitate directă, promovare a vânzărilor, relații publice.
7.2 Obiectivele specifice	<p>A. Obiective cognitive</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor concepte din domeniul tehnicilor promoționale cu care operează agenții economici; 2. Cunoașterea particularităților relațiilor publice – ca tehnică de promovare a imaginii firmei. 3. Înșușirea caracteristicilor specifice manifestărilor expoziționale. 4. Cunoașterea și înțelegerea modului de concepere și transmitere a mesajului publicitar. <p>B. Obiective procedurale</p> <ol style="list-style-type: none"> 27. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice tehnicilor promoționale la nivelul organizațiilor; 28. Fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare

	<p>– publicitate, promovare directă, relații publice, marketing direct;</p> <p>29. Capacitatea de a transpune în practică cunoștințele dobândite în cadrul cursului prin aplicarea corectă a formulelor corespunzătoare calculării și interpretării indicatorilor de evaluare a eficienței unei tehnici promoționale aplicate.</p> <p>30. Elaborarea unor studii cu privire la derularea unor campanii promoționale.</p> <p>C. Obiective atitudinale</p> <p>10. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în marketing;</p> <p>11. Capacitatea de a lucra în echipă;</p> <p>12. Manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de rolul economico-social al promovării.</p>
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	ACTIVITATEA PROMOȚIONALĂ A ÎNTREPRINDERII MODERNE 1.1. Activitatea promoțională – conținut și importanță 1.2. Funcțiile și tipologia strategiilor promoționale 1.3. Metodologia elaborării strategiilor promoționale	3		
2	PUBLICITATEA 2.1. Definirea, caracteristicile și funcțiile publicității 2.2. Diversitatea tipologică a publicității 2.3. Canalele de transmitere a mesajelor publicitare 2.4. Conținutul și structura anunțului publicitar 2.5. Metodologia proiectării și implementării unei campanii publicitare	3		
3	PROMOVAREA VÂNZĂRILOR 3.1. CONȚINUTUL ȘI CARACTERISTICILE ESENȚIALE ALE TEHNICILOR DE PROMOVARE A VÂNZĂRILOR 3.2. Tipologia tehnicilor de promovare a vânzărilor 3.3. PARTICULARITĂȚI ALE UTILIZĂRII PRINCIPALELOR TEHNICI DE PROMOVARE A VANZĂRILOR	2		
4	RELAȚIILE PUBLICE 4.1. DEFINIREA ȘI IMPORTANȚA TEHNICII PROMOȚIONALE RELAȚII PUBLICE 4.2. OBIECTIVELE, INSTRUMENTELE, COMPONENTE SI MIJLOACE DE ACTIUNE LA DISPOZITIA RELATIILOR PUBLICE 4.3. TEHNICI SI METODE SPECIFICE ACTIVITATILOR DE RELATII PUBLICE	1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prelegerea ▪ exemplificarea ▪ expunerea cu material suport 	<p><i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i></p>
5	MARCA 5.1. Perspective de abordare a conceptului de marcă din punct de vedere comercial și juridic 5.2. Elementele care compun și personalizează o marcă – definire și condiții pentru alegerea lor 5.3. Cerințe și semnificații ale unei mărci competitive 5.4. Principalele funcții ale mărcii 5.5. Tipologia mărcilor 5.6. Procedura de înregistrare a mărcii	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ exercițiul ▪ dezbateră cu oponent imaginar 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
6	MANIFESTĂRILE PROMOȚIONALE 6.1. Particularitățile, avantajele și tipologia manifestărilor expoziționale 6.2. Obiective specifice participării la manifestările expoziționale 6.3. Elaborarea programului participării la manifestările expoziționale 6.4. Utilizarea sponsorizării ca instrument promoțional 6.5. Principalele forme și domenii pretabile sponsorizării	1		
7	FORȚA DE VÂNZARE 7.1. Abordarea forței de vânzare ca tehnică promoțională 7.2. Organizarea și conducerea activității forței de vânzare 7.3. Managementul forței de vânzare	1		
8	MARKETINGUL DIRECT 8.1. Conținutul și importanța marketingului direct 8.2. Principalele instrumente specifice marketingului direct	1		
<p>Bibliografie</p> <p>24. Constantin, Cristinel, Tecău, Simona Alina, <i>Introducere în cercetarea de marketing</i>, Ed. Universitară, 2013.</p> <p>25. Carnegie, Dale, Crom, J. Oliver, Crom, Michael, <i>Tehnici de a vinde</i>. Editia a III-a, Editura Curtea Veche, București, 2014.</p> <p>26. Drăghici, Constantin, Mihai, Daniela, Micu, Cristina, <i>Curs de tehnici promoționale</i>, Editura Universității din</p>				

<p>Pitești, 2010</p> <p>27. Fisher-Buttinger, Claudia, Vallaster, Christine, <i>Noul branding: Cum să construiești capitalul unei mărci</i>, Editura Polirom, București, 2011.</p> <p>28. Manole, Victor, Stoian, Mirela, Ion, Raluca Andreea, <i>Marketing</i>, Editura ASE, București, 2011.</p> <p>29. Mihai, Daniela, <i>Curs de tehnici promoționale</i>, Editura Universității din Pitești, 2008.</p> <p>30. Mihai, Daniela, Micu, Cristina, Antoniu, Eliza, <i>Tehnici promoționale – Fundamente teoretice și teste grilă</i>, Editura Universității din Pitești, 2016.</p> <p>31. Moise, Daniel, <i>Marketingul evenimentelor. Târgurile și expozițiile</i>, Ed. ASE, București, 2015.</p> <p>32. Nenciu, D.S., <i>Tehnici promoționale</i>, Editura Europolis, Constanța, 2010;</p> <p>33. Oancea, Olimpia, <i>Comunicarea integrată de marketing - abordări conceptuale și practice</i>, Editura ASE, București, 2015.</p> <p>34. Pavel, Camelia, <i>Tehnici promoționale</i>, Editura Pro Universitaria, 2014.</p> <p>35. Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane, <i>Marketing Management</i>, Pearson-Practice Hall, 2009</p> <p>36. Preda, Sorin, <i>Introducere în creativitatea publicitară</i>, Editura Polirom, București, 2011.</p> <p>37. Pringle, Hamish, Field, Peter, <i>Strategii pentru brandingul de succes. Notorietațea și longevitatea unei mărci</i>, Editura Polirom, București, 2011.</p> <p>38. Stevenson Dudley W., McGraw Patrick, Eubanks Mark, Robinsion Michael, <i>Marketing direct</i>, Paperback, 2015.</p> <p>39. Zbucnea, Alexandra, Pînzaru, Florina, Galalae, Cristina, Mitan, Andreea, <i>Ghid esențial de promovare</i>, Editura Tritonic, 2015.</p>				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1.	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, stabilirea studiilor de caz.	1		Lucrul în echipă
2.	Metode de dimensionare și structurare a bugetului de promovare	2		
3.	Analiza unor anunțuri publicitare din presa scrisă	1		
4.	Evaluarea impactului unui anunț publicitar	2		
5.	Realizarea fișei de promovare a vânzărilor pentru un produs	2		
6.	Indicatori de caracterizare a unui plan media	2		
7.	Alegerea planului media pe baza criteriului CPM	2		
8.	Eficiența forței de vânzare.	2		
Proiect				
9.	Analiza comparativă a demersurilor publicitare realizate pentru două mărci (A și B) din aceeași categorie. Prezentarea structurii proiectului.	2		Lucrul în echipă
10.	Caracterizare succintă a pieței produsului „X”; poziția mărcilor A și B pe această piață.	4		Prezentare proiect
11.	Analiza publicității pentru marca A	2		
12.	Analiza publicității pentru marca B	2		
13.	Asemănări și deosebiri privind comunicarea publicitară a mărcilor A și B	4		
Bibliografie				
<p>1. Constantin, Cristinel, Tecău, Simona Alina, <i>Introducere în cercetarea de marketing</i>, Editura Universitară, 2013.</p> <p>2. Cucu, Ioan, <i>Tehnici promoționale</i>, Editura Universitas, Petroșani, 2014.</p> <p>3. Carnegie, Dale, Crom, J. Oliver, Crom, Michael, <i>Tehnici de a vinde</i>. Ediția a III-a, Editura Curtea Veche, București, 2014.</p> <p>4. Drăghici, Constantin, Mihai, Daniela, Micu, Cristina, - <i>Curs de tehnici promoționale</i>, Editura Universității din Pitești, 2010</p> <p>5. Fisher-Buttinger, Claudia, Vallaster, Christine, <i>Noul branding: Cum să construiești capitalul unei mărci</i>, Editura Polirom, București, 2011.</p> <p>6. Jesse Johnston, <i>Email Marketing: Blueprint, Rules and Template for Your Email Marketing Business</i>, Kindle Edition, 2016.</p> <p>7. Manole, Victor, Stoian, Mirela, Ion, Raluca Andreea, <i>Marketing</i>, Editura ASE, București, 2011.</p> <p>8. Mihai, Daniela, Micu, Cristina, Antoniu, Eliza, <i>Tehnici promoționale – Fundamente teoretice și teste grilă</i>, Editura Universității din Pitești, 2016.</p> <p>9. Oancea, Olimpia, <i>Comunicarea integrată de marketing - abordări conceptuale și practice</i>, Editura ASE, București, 2015.</p> <p>10. Pavel, Camelia, <i>Tehnici promoționale</i>, Editura Pro Universitaria, 2014.</p> <p>11. Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane, <i>Marketing Management</i>, Pearson-Practice Hall, 2009</p> <p>12. Pringle, Hamish, Field, Peter, <i>Strategii pentru brandingul de succes. Notorietațea și longevitatea unei mărci</i>, Editura Polirom, București, 2011.</p> <p>13. Zbucnea, Alexandra; Pînzaru, Florina; Galalae, Cristina; Mitan, Andreea, <i>Ghid esențial de promovare</i>, Editura Tritonic, 2015.</p>				

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și teoriilor însușite la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților comunității academice din domeniul promovării.
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniul promovării.

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluare finală	50%
10.5 Seminar / Proiect	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog.	10%
	• Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii.	• Testare	20%
	• Proiect - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Evaluarea proiectului și chestionare orală	20%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea principalelor concepte specifice activității promoționale a unei firme. Cunoașterea principalelor tehnici de promovare utilizate în domeniul comerțului, turismului și serviciilor.		

Data completării
30 septembrie 2017

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

Titular de seminar/proiect,
Lect. univ. dr. Loredana TUȚĂ

Data aprobării în Consiliul departamentului, Director de departament,
03 octombrie 2017 (prestator)

Conf. univ. dr. Daniela Mihai

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

FIȘA DISCIPLINEI
Managementul resurselor umane, 2017 – 2018

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

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

3. Timpul total estimat

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.6. Asistență în managementul resurselor umane – 2 PC
Competențe transversale	CT2. Cooperarea eficientă în echipe de lucru profesionale, interdisciplinare, specifice desfășurării proiectelor și programelor din domeniul științelor economice – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

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

<p>B. Obiective procedurale</p> <ul style="list-style-type: none"> - utilizarea adecvată a noțiunilor specifice managementului resurselor umane; - participarea la un interviu de recrutare-selecție simulat; - participarea la identificarea unor soluții în cazul apariției conflictului organizațional; - utilizarea metodelor specifice de stabilire a necesarului de personal din cadrul organizației; - utilizarea instrumentelor de stabilire a stilului managerial. <p>C. Obiective atitudinale</p> <ul style="list-style-type: none"> - manifestarea unor atitudini pozitive și responsabile față de domeniul managementului resurselor umane; - cultivarea unui mediu pragmatic pentru aplicarea managementului resurselor umane; - promovarea unui sistem performant de evaluare a personalului; - valorificarea optimă și creativă a potențialului resurselor umane angajate în cadrul organizației; - implicarea în dezvoltarea organizațională și în promovarea inovațiilor resurselor umane; - dezvoltarea unor comportamente relaționale privind constituirea echipelor de lucru, angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane – instituții cu responsabilități similare – participarea la propria dezvoltare profesională.
--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Conceptul și evoluția managementului resurselor umane.	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prelegerea ▪ conversația euristică ▪ dezbateră cu oponent imaginar 	<p><i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz
2	Modelele managementului resurselor umane	4		
3	Strategii și politici în domeniul managementului resurselor umane	4		
4	Analiza și proiectarea posturilor	3		
5	Planificarea resurselor umane	3		
6	Recrutarea și selecția resurselor umane	4		
7	Remunerarea personalului	2		
8	Managementul carierei	3		
9	Evaluarea performanțelor profesionale	3		
<p>Bibliografie:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cristian Virgil Marinaș, Irinel Marin, Elvira Nica, Ana Bogdan, Viorel Lefter (coord.), Alexandrina Deaconu (coord), Aurel Manolescu (coord) – <i>Managementul resurselor umane</i>, Ed. ProUniversitaria, București, 2013 2. Cole, G. A. – <i>Managementul personalului</i>, Editura CODECS, București, 2000 3. Dragomir, Gh., Vârzaru, M., Șchiopoiu – Burlea, A., - <i>Managementul resurselor umane</i>, Editura Universitaria, Craiova, 2010 4. Marin, I., - <i>Auditul resurselor umane</i>, Editura Economică, București, 2011 5. Secară, C., - <i>Managementul carierei în administrația publică din România</i>, Editura SITECH, Craiova, 2009 6. Secară Carmen - <i>Tendențe și practică în domeniul managementului resurselor umane</i>, Editura Sitech, Craiova, 2014 7. Secară Carmen - <i>Tendențe în managementul resurselor umane</i>, Editura Sitech, Craiova, 2013 8. Popescu, M., Popescu, E., Popescu, E.D., Secară, C. <i>Managementul resurselor umane – manual univewrsitar pentru IFR</i>, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010 9. <i>Codul muncii</i>, 2012 				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; distribuirea temelor și a referatelor	1	<ul style="list-style-type: none"> - dialogul - dezbateră - lucru în echipă - simulare de interviu 	<p>Lucrul în echipă</p> <p>Prezentare temă de casă</p> <p>Studii de caz</p> <p>Test de verificare</p>
2	Definirea și particularitățile managementului resurselor umane <ul style="list-style-type: none"> ➤ Exemple de activități ale departamentului de Resurse Umane într-o organizație; ➤ Teste-grilă de verificare a cunoștințelor 	1		
3	Activități specifice departamentului de Resurse Umane în activitățile de comerț, turism și servicii	2		
4	Tipuri de strategii în domeniul resurselor umane <ul style="list-style-type: none"> ➤ Politici de resurse umane specifice activităților de comerț, turism și servicii ➤ Principalele cerințe ale politicilor din domeniul resurselor umane ➤ Elaborarea și implementarea politicilor din domeniul resurselor umane ➤ Teste-grilă 	2		
5	Modele de proiectare a posturilor <ul style="list-style-type: none"> ➤ Abordări și metode ale definirii sau proiectării posturilor ➤ Proiectarea posturilor în cadrul S. C..... ➤ Teste-grilă 	2		

6	Modele de planificare a resurselor umane ➤ Planificarea resurselor umane la S.C. Studiu de caz ➤ Teste - grilă de verificare a cunoștințelor	2		
7	Recrutarea și selecția resurselor umane ➤ Redactarea unui curriculum – vitae ➤ Redactarea scrisorii de intenție / motivare ➤ Prezentarea la interviul pentru angajare	2		
8	Evaluare finală	2		
Bibliografie:				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Armstrong, M., - <i>Managementul resurselor umane (manual de practică)</i>, Editura Codecs, 2003 2. Cristian Virgil Marinaș, Irinel Marin, Elvira Nica, Ana Bogdan, Viorel Lefter (coord.), Alexandrina Deaconu (coord), Aurel Manolescu (coord) – <i>Managementul resurselor umane</i>, Ed. ProUniversitaria, București, 2013 3. Dragomir, Gh., Vărzaru, M., Șchiopoiu-Burlea, A. – <i>Managementul resurselor umane</i>, Editura Universitaria, Craiova, 2010 4. Marin, I. – <i>Auditul resurselor umane</i>, Editura Economică, București, 2011 5. Secară, Carmen – <i>Managementul carierei în administrația publică din România</i>, Editura SITECH, Craiova, 2009 6. Secară Carmen – <i>Tendențe și practică în domeniul managementului resurselor umane</i>, Editura Sitech, Craiova, 2014 7. Secară Carmen – <i>Tendențe în managementul resurselor umane</i>, Editura Sitech, Craiova, 2013 8. Popescu, M., Popescu, E., Popescu, E.D., Secară, C. <i>Managementul resurselor umane – manual univewrsitar pentru IFR</i>, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010 9. <i>Codul muncii, 2012</i> 				

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore): calitatea și coerența tratării celor 2 subiecte abordabile în manieră explicativ – argumentativă (50%) + un subiect de analiză și interpretare (50%)	10 %
10.5 Seminar	<ul style="list-style-type: none"> • Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminar. • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală 	<p>30%</p> <p>30%</p> <p>30%</p>
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea particularităților resurselor umane, a strategiilor din domeniul HR și a procesului de recrutare.		

Data completării
26 septembrie 2017

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului,
departament,
03 octombrie 2017

Director de departament,

(prestator)
Conf. univ. dr. Daniela Mihai

Director de

(beneficiar),
Conf. univ. dr. Daniela Mihai

FIȘA DISCIPLINEI
Tranzacții comerciale, 2017-2018

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Tranzacții comerciale									
2.2	Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Tuță Loredana									
2.3	Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Tuță Loredana									
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	2	3.2	din care curs	1	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	28	3.5	din care curs	14	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								15
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual							47
3.8	Total ore pe semestru							75
3.9	Număr de credite							3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Economie comercială, Comerț internațional, Dreptul afacerilor
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoprojector
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii/laboratoare proiecte - Susținerea testului de verificare - Respectarea termenelor de prezentare a proiectului

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 1 PC C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina Tranzacții Comerciale are menirea de a transmite studenților informațiile necesare privind inițierea și fundamentarea unei operațiuni de comerț exterior. O caracteristică a cursului o constituie interdisciplinaritatea, îmbinând, în logica teoriei unei afaceri internaționale, mai multe discipline economice pe care, un economist trebuie să le cunoască pentru a încheia contracte comerciale internaționale.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Cunoașterea și înțelegerea noțiunilor legate de politicile comerciale, de contractarea internațională, de tehnicile de plată în tranzacțiile comerciale, operațiunile de import- export; 2. Explicarea și interpretarea mecanismelor de funcționare a tranzacțiilor comerciale; 3. Înțelegerea și aplicarea principiilor și metodelor fundamentale de investigare specifice; 4. Identificarea, colectarea și evaluarea oportunităților și riscurilor aferente

	<p>activităților din domeniul comerțului exterior;</p> <p>5. Definierea corectă a obiectului de studiu și stabilirea relațiilor pe care disciplina tranzacții comerciale le are cu alte științe.</p> <p>B. Obiective procedurale</p> <p>31. Utilizarea unor metode și instrumente de investigare a rezultatelor obținute de către diferite categorii de firme ca urmare a participării la tranzacțiilor comerciale;</p> <p>32. Capacitatea de sintetizare și interpretare a unui set de informații, de rezolvare a unor probleme de bază și de evaluare a concluziilor posibile specifice operațiunilor desfășurate în tranzacțiile comerciale;</p> <p>33. Folosirea teoriilor și instrumentelor pentru soluționarea problemelor specifice operațiunilor desfășurate în tranzacțiile comerciale</p> <p>C. Obiective atitudinale</p> <p>13. Dezvoltarea unei atitudini proactive față de necesitatea participării statelor lumii la circuitul economic mondial;</p> <p>14. Autoevaluarea nevoii de continuare a formării profesionale, prin valorificarea oportunităților de identificare și asimilare de noi cunoștințe în domeniu;</p> <p>15. Valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile științifice</p>
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Tranzacțiile comerciale - concept, obiect 1.1. Conceptul de tranzacții comerciale 1.2. Obiectul tranzacțiilor comerciale	2		
2	Modalități de realizare a operațiunilor de comerț exterior 2.1. Exportul și importul direct 2.2. Exportul și importul indirect	3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prelegerea ▪ explicația ▪ conversația euristică ▪ dezbaterăa cu oponent imagină 	<p><i>calculatorul</i></p> <p><i>(prezentarea în power –point)</i></p>
3	Contractul de comerț exterior 3.1.Operațiuni precontractuale 3.2. Elementele contractului de comerț exterior	3		
4	Instrumente și tehnici de plată în tranzacțiile comerciale 4.1. Instrumente de plată în tranzacțiile comerciale 4.2. Modalități de plată în tranzacțiile comerciale	3		
5	Operațiuni comerciale combinate 5.1. Operațiuni în contrapartidă 5.2. Operațiuni de reexport 5.3. Operațiuni de switch 5.4. Operațiuni de lohn	3		
<p>Bibliografie</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Burciu Aurel (coord.), <i>Tranzacții comerciale internaționale</i>, Editura Polirom, Iași, 2010 2. Ciobanu Gheorghe (coord.), <i>Tranzacții economice internaționale</i>, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2009 3. Ciobanu Gheorghe, Deceanu Liviu, Postelnicescu Cătălin, Mocan Andrei, <i>Tranzacții economice și afaceri internaționale</i>, Editura Universității Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca, 2012 4. Dobrescu A., Potecea V., Sebea M, <i>Derularea tranzacțiilor comerciale</i>, Editura Niculescu, București, 2008 5. Funaru Mihaela, <i>Tehnica operațiunilor de comerț exterior</i>, Editura C.H.Beck, 2013 6. Ionescu Adela, Orheian Oana, <i>Tranzacții comerciale internaționale</i>, Editura Pro Universitaria, București, 2013 7. Man Mihai Liviu, <i>Tranzacții internaționale</i>, Editura Eftimie Murgu, Reșița, 2009 8. Mecu Dragoș Gabriel, <i>Evoluția tranzacțiilor comerciale internaționale și a investițiilor în contextul globalizării economiei mondiale</i>, Editura Alfa, Iași, 2012 9. Mionel Oana, <i>Tranzacții comerciale. De la național la internațional</i>, Ediția a II-a revizuită și adăugită, Editura Universitară, București, 2016 10. Pistol Luminița, <i>Tehnici de comercializare și cooperare economică internațională</i>, Editura Fundației România de Măine, București, 2007 11. Popa Ioan, <i>Tehnica operațiunilor de comerț exterior</i>, Editura Economică, București, 2008 12. Popescu Nela, <i>Tranzacții comerciale. Ediția a II-a revizuită și adăugită, Editura ASE, București, 2016</i> 13. Secară Mirela, <i>Tranzacții comerciale. Manual de studiu individual</i>, Editura Pro Universitaria, București, 2012 14. Tuță Loredana, <i>Tranzacții comerciale – suport de curs pentru învățământul frecvență redusă (pe suport electronic)</i>, 2016 				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor pentru proiect	2	<ul style="list-style-type: none"> - dialogul - dezbateră lucru în echipa - conversația euristică 	<p>Studii de caz, prezentare temă de casă, test de verificare</p>
2	Modalități de realizare a operațiunilor de comerț exterior	2		
3	Elementele contractului de comerț exterior	2		
4	Instrumente de plată în tranzacțiile comerciale	2		
5	Modalitățile de plată în tranzacțiile comerciale	2		
6	Operațiuni comerciale combinate	2		
7	Evaluare finală	2		

Bibliografie

1. Belu Mihaela, *Operațiuni de comerț exterior. Aplicații. Studii de caz*, Editura ASE, București, 2008
2. Caraiani Gheorghe, Potecea Valeriu, *Tranzacții internaționale. Ghid practic și modele de documente*, Editura Wolters Kluwer, 2009
3. Ciobanu Gheorghe (coord.), *Tranzacții economice internaționale*, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2009
4. Dobrescu A., Potecea V., Sebea M, *Derularea tranzacțiilor comerciale*, Editura Niculescu, București, 2008
5. Funaru Mihaela, *Tehnica operațiunilor de comerț exterior*, Editura C.H.Beck, 2013
6. Mionel Oana, *Tranzacții comerciale. De la național la internațional*, Ediția a II-a revizuită și adăugită, Editura Universitară, București, 2016
7. Popa Ioan, *Tehnica operațiunilor de comerț exterior*, Editura Economică, București, 2008
8. Secară Mirela, *Tranzacții comerciale. Manual de studiu individual*, Editura Pro Universitaria, București, 2012
9. Tuță Loredana, *Tranzacții comerciale – suport de curs pentru învățământul frecvență redusă (pe suport electronic)*, 2016

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluare finală - probă scrisă (2 ore)	10%
10.5 Seminar	- Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar.	Evaluarea răspunsurilor și intervențiilor studentului în activitățile de seminar	20%
	- Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii. - Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	Testare Prezentarea temei de casă. Chestionare orală	30% 40%
10.6 Standard minim de performanță	1. Capacitatea de a efectua analize asupra unor cazuri concrete de tranzacții comerciale. 2. Cunoașterea noțiunilor legate de operațiunile de import- export. 3. Cunoașterea tehnicilor și instrumentelor de plată utilizate în tranzacțiile comerciale.		

Data completării
28 septembrie 2017

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

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

Data aprobării în Consiliul departamentului, Director de departament,
03 octombrie 2017 (prestator)

Conf. univ. dr. Daniela Mihai

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

FIȘA DISCIPLINEI
Ecoturism și turism rural, 2017-2018

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Ecoturism și turism rural									
2.2	Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Simoni Smaranda									
2.3	Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Simoni Smaranda									
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	A

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	1	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	42	3.5	din care curs	14	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								12
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.7	Total ore studiu individual							58
3.8	Total ore pe semestru							100
3.9	Număr de credite							4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoștințe de la disciplinele Resurse și destinații turistice, Economia turismului (studiate în anul II) și Amenajarea turistică a teritoriului și Tehnica Operațiunilor de Turism (studiate în anul III).
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoprojector
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii/laboratoare proiecte - Susținerea testului de verificare - Respectarea termenelor de prezentare a proiectului

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC C.4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare – 1 PC C.5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC
Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor și a normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în științele economice – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina Ecoturism și Turism Rural are menirea de a transmite studenților relația care există între resursele naturale și culturale și industria turistică, valorificarea prin noi forme de turism (ecoturism, turism rural, agroturism, turism durabil) și promovarea celor mai originale și pitorești zone turistice, în contextul exploatarea durabile a resurselor turistice, ecodezvoltării și dezvoltării economice regionale și locale, a protecției mediului și amenajării teritoriului.
7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u> 6. Înțelegerea rolului resurselor turistice și valorificării lor eficiente și raționale în economie prin noi forme de turism: ecoturism și turism rural; 7. Analiza ecoturismului și turismului rural prin prisma complexității potențialului turistic și a fenomenelor social-economice condiționate de valorificarea acestuia; 8. Deprinderea studenților cu metodele și instrumentele de analiză specifice (indicatori

	<p>ecoturistici, pentru turismul rural);</p> <p>9. Deprinderea studenților cu etapele de elaborare și realizare a noilor proiecte;</p> <p>10. Deprinderea studenților cu soluțiile de stimulare a circulației ecoturistice și de asigurare a integrării ecoturismului și turismului rural în economia teritoriului.</p> <p>B. Obiective procedurale</p> <p>34. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și principiilor specifice ecoturismului și turismului rural;</p> <p>35. Culegerea și prelucrarea de date din surse documentare alternative și din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor care influențează ecoturismul și turismul rural;</p> <p>36. Formarea deprinderilor de utilizare a instrumentelor statistice în evaluarea circulației (eco)turistice;</p> <p>37. Utilizarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor utilizate în cercetarea activității turistice dintr-o zonă sau țară.</p> <p>C. Obiective atitudinale</p> <p>16. Respectarea normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în turism.</p> <p>17. Valorificarea propriului potențial prin realizarea cercetării de grup sau individuală în analiza și previziunea fenomenului turistic;</p> <p>18. Manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de rolul și importanța turismului în activitatea economică și socială.</p>
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Ecoturismul, principală formă de manifestare a turismului durabil 1.1. Legislație și organisme internaționale în domeniul ecoturismului 1.2. Certificarea ecoturistică și auditul de mediu 1.3. Piața ecoturistică	2		
2	Ariile naturale protejate, premise ale dezvoltării ecoturismului 2.1. Gestiunea parcurilor naționale 2.2. Indicatori utilizați pentru determinarea ariilor protejate	3		
3	Ecoturismul în ariile protejate 3.1. Ecoturismul în statele americane 3.2. Strategii ecoturistice europene 3.3. Ecoturismul în statele africane 3.4. Ecoturismul în Australia 3.5. Ariile protejate în România: rezervațiile Biosferei, parcurile naționale și naturale și turismul desfășurat în cadrul acestora	3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prelegerea ▪ explicația ▪ expunerea cu material suport ▪ dezbateră cu oponent imaginar 	<p><i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
4	Complexitatea fenomenului turistic rural 4.1. Turism rural și agroturism: concepte și definiții 4.2. Tipuri de sate turistice 4.3. Pensiunea turistică rurală și ferma agroturistică – unități de primire specifice turismului rural	3		
5	Amenajarea și echiparea așezărilor rurale pentru turism 5.1. Potențialul turistic rural 5.2. Amenajarea și echiparea satelor turistice 5.3. Clasificarea satelor turistice 5.4. Organizarea, dezvoltarea și promovarea turismului rural și agroturismului	3		
<p>Bibliografie</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Băc D., 2013 Turismul și dezvoltarea durabilă: realități, provocări, oportunități, Editura Economică, București. 2. Căndea Mihaela, Bogan Elena, Simon Tamara, 2011, Așezările umane și organizarea spațiului geografic, Editura Universitară, București 3. Căndea Melinda, Simon Tamara, Bogan Elena, 2012, Patrimoniul turistic al României, Editura Editura Universitară, București. 4. Erdeli G., Gheorghilaș A., 2006, Amenajări turistice, Editura Universitară, București. 5. Glăvan V., 2006, Potențialul turistic și valorificarea sa, Editura Fundației România de Măine, București. 6. Hornoiu R., 2009, Ecoturismul, orientare prioritară în dezvoltarea durabilă a comunităților locale, Editura ASE, București. 7. Holden A., Fennell D., 2013, The Routledge handbook of tourism and the environment. Routledge Handbooks, New York. 8. Honey Martha, 2008, Ecotourism and sustainable development: Who owns paradise?, 2d ed. Washington, DC: 				

<p>Island.</p> <p>9. Miu Florentina, Simoni Smaranda, 2010, 2012, Ecoturism și turism rural - manual universitar pentru învățământul frecvență redusă, Editura Universității din Pitești.</p> <p>10. Nistoreanu P., 2006, Ecoturism și turism rural, Editura ASE, București.</p> <p>11. Nistoreanu P., Ghereș Mihaela (coordonatori), 2010, Turism rural: tratat, Editura C.H.Beck, București.</p> <p>12. Page S.J., 2007, Tourism Manangement, Elsevier Ltd., Oxford.</p> <p>13. Pender L., Sharpley R., 2005, The Management of Tourism, SAGE Publications Ltd, London.</p> <p>14. Rusu S., Isac F., 2010, Turism rural și ecoturism, Editura Universității Aurel Vlaicu, Arad, 2010.</p> <p>15. Seba J.A., 2012, Ecotourism and sustainable tourism: New perspectives and studies, Apple Academic, Toronto.</p> <p>16. Tribe J., 2006, The economics of recreation, leisure and tourism, Amsterdam, Elsevier.</p> <p>17. Weaver D., 2001, The Encyclopedia of Ecotourism, CABI.</p> <p>18. ***1994, Agenda 21, UNEP.</p> <p>19. ***2015, Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, United Nations.</p> <p>20. ***2017, Tourism Highlights, UNWTO.</p> <p>21. ***2017, World Tourism Barometer, UNWTO.</p> <p>22. *** 2017, Yearbook of Tourism Statistics, UNWTO.</p> <p>23. *** 2006, Quick Start Guide to a Tourism Business, NEAP.</p> <p>24. *** 2007, A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO.</p> <p>25. ***2008, Strategia Națională pentru Dezvoltare Durabilă a României Orizonturi 2013-2020-2030, Ministerul Mediului și Dezvoltării Durabile, Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare, Centrul Național pentru Dezvoltare Durabilă, București, MO 828/8.12.2008.</p> <p>26. www.insse.ro, Anuarele Statistice ale României – capitolul 20: Turism, 2012-2017.</p> <p>27. www.mdrt.ro, Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026</p> <p>28. www.ecotourism.org</p> <p>29. www.antrec.ro</p>				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	<p>Ecoturismul în statele americane</p> <ul style="list-style-type: none"> - situația ariilor protejate din America (istoric, legislație, administrația parcurilor naționale, circulația ecoturistică) - America de Nord: S.U.A. cu parcurile naționale Yellowstone, Grand Canyon, Yosemite, Marele Bazin și parcurile naționale din Canada - ecoturismul în America Centrală: practici ecoturistice, studii de caz - ecoturismul în America de Sud 	4	<p>- dialogul</p> <p>- dezbateri</p> <p>- lucru în echipă</p> <p>- conversația euristică</p>	<p>Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare</p>
2	<p>Strategii ecoturistice europene</p> <ul style="list-style-type: none"> -considerații generale asupra ecoturismului european -ecoturismul în Franța, Italia, Spania -strategia europeană pentru ecoturismul Munților Alpi -ecoturismul în țările aflate în tranziție economică: studii de caz Estonia și România 	4		
3	<p>Ecoturismul în statele africane</p> <ul style="list-style-type: none"> - caracteristici generale ale ecoturismului în Africa - studii de caz: ecoturismul și parcurile naționale din Kenya, Tanzania, Zambia, Zimbabwe, R.Congo, Gambia, Botswana, R.Africa de Sud 	2		
4	<p>Ecoturismul în România: Rezervația Biosferei Delta Dunării și traseele turistice de aici</p>	2		
5	<p>Ecoturismul în România: Parcul Național Retezat și Parcul Național Munții Apuseni</p>	2		
6	<p>Potențialul turistic etnocultural și manifestările etnofolclorice din România</p>	2		
7	<p>Zone etnografice din România (prezentare)</p> <p>Studiu de caz: prezentarea unei zone etnografice la alegere (detaliere)</p>	2		
8	<p>Circuite turistice rurale cu vizitarea monumentelor incluse în patrimoniul UNESCO:</p> <ul style="list-style-type: none"> - bisericile din lemn din Maramureș - bisericile fortificate din Transilvania - bisericile din nordul Moldovei - fortărețele dacice din Munții Orăștiei 	4		
9	<p>Amenajarea și echiparea așezărilor rurale pentru turism în România</p> <ul style="list-style-type: none"> - Amenajarea și echiparea satelor turistice 	2		

	- Organizarea, dezvoltarea și promovarea turismului rural și agroturismului		
10	Județul Argeș – valorificarea potențialului etnocultural și ariile protejate	2	
11	Evaluare finală	2	
Bibliografie			
<ol style="list-style-type: none"> Holden A., Fennell D., 2013, The Routledge handbook of tourism and the environment. Routledge Handbooks, New York. Honey Martha, 2008, Ecotourism and sustainable development: Who owns paradise?, 2d ed. Washington, DC: Island. Miu Florentina, Simoni Smaranda, 2010, 2012, Ecoturism și turism rural - manual universitar pentru învățământul frecvență redusă, Editura Universității din Pitești. Nistoreanu P., 2006, Ecoturism și turism rural, Editura ASE, București. Nistoreanu P., Ghereș Mihaela (coordonatori), 2010, Turism rural: tratat, Editura C.H.Beck, București. Seba J.A., 2012, Ecotourism and sustainable tourism: New perspectives and studies, Apple Academic, Toronto. Weaver D., 2001, The Encyclopedia of Ecotourism, CABI. *** 1994, Agenda 21, UNEP. *** 2015, Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, United Nations. *** 2017, Tourism Highlights, UNWTO. *** 2017, World Tourism Barometer, UNWTO. *** 2017, Yearbook of Tourism Statistics, UNWTO. *** 2006, Quick Start Guide to a Tourism Business, NEAP. *** 2007, A Practical Guide to Tourism Destination Management, UNWTO. *** 2008, Strategia Națională pentru Dezvoltare Durabilă a României Orizonturi 2013-2020-2030, Ministerul Mediului și Dezvoltării Durabile, Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare, Centrul Național pentru Dezvoltare Durabilă, București, MO 828/8.12.2008. www.insse.ro, Anuarele Statistice ale României – capitolul 20: Turism, 2012-2017. www.mdrtr.ro, Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026 www.ecotourism.org www.antrec.ro 			

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

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluări scrise în timpul semestrului Evaluare finală	40% 10%
10.5 Seminar	-participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz ; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă.	Evaluarea răspunsurilor și intervențiilor studentului în activitățile de seminar Prezentarea orală a proiectului	20% 30%
10.6 Standard minim de performanță	1. Capacitatea de a utiliza metode și tehnici în cercetarea activității ecoturistice dintr-o zonă 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Ecoturism și turism rural" 3. Cunoașterea rolului resurselor turistice și valorificării lor prin noi forme de turism: ecoturism și turism rural.		

Data completării
27 septembrie 2017

Titular de curs,
Lect. univ. dr. Simoni Smaranda

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Simoni Smaranda

Data aprobării în Consiliul departamentului,
03 octombrie 2017

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

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